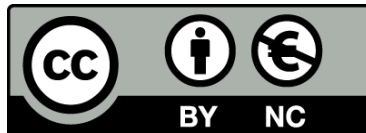




Una Ética de la Responsabilidad para la Era Mediática

María Javiera Aguirre Romero



Aquesta tesi doctoral està subjecta a la llicència **Reconeixement- NoComercial 3.0. Espanya de Creative Commons.**

Esta tesis doctoral está sujeta a la licencia **Reconocimiento - NoComercial 3.0. España de Creative Commons.**

This doctoral thesis is licensed under the **Creative Commons Attribution-NonCommercial 3.0. Spain License.**



Programa Doctoral
“Ética, Política y Racionalidad en la Sociedad Global”
Bienio 2005-2007
RD 778/1998
Departamento de Filosofía Teórica y Práctica
Facultad de Filosofía

Una Ética de la Responsabilidad para la Era Mediática

Autora: María Javiera Aguirre Romero
Directora y Tutora: Dra. Begoña Román Maestre

Barcelona, noviembre de 2013

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I. EL PUNTO DE PARTIDA: LA TEORÍA LIBERAL DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN	6
LA HERENCIA LIBERAL DE LA PRENSA	
Las categorías morales de la prensa en el siglo XIX	
Libertad	
Democracia	
Verdad	
Responsabilidad	
Libertad de expresión y derecho a la información como fundamentos	
de la prensa libre hoy	
CATEGORÍAS MORALES EN LA PRENSA DEL SIGLO XXI	
Libertad	
Democracia	
Verdad	
Responsabilidad	
COROLARIO CAPÍTULO PRIMERO	
CAPÍTULO II. EL ROL DE LA PRENSA EN LAS SOCIEDADES ACTUALES	29
LA PROPUESTA PRAGMÁTICA DE RICHARD RORTY	
Ejes conceptuales	
Contingencia	
Ironía, ironista, ironista liberal	
Solidaridad	
Léxico último	
Utopía Liberal	
Verdad	
Sustituciones conceptuales	
Universalismo/etnocentrismo	
Verdad/Justificación	
Objetividad/Intersubjetividad	
Democracia/Filosofía	
Conocimiento/Esperanza	
El rol de la prensa en Rorty	
Discusión en torno a la propuesta de Rorty	
LA PROPUESTA COMUNICATIVA DE JÜRGEN HABERMAS	
Ejes conceptuales	
Tipos de acciones	
Acción comunicativa y pretensión de validez	
Conocimiento y razón	
Acto de habla	
Discurso	

Situación ideal de habla
Mundo de la vida
Ética discursiva
El rol de la prensa en Habermas
Discusión en torno a la propuesta de Habermas

JUSTIFICACIÓN O VERDAD EN LA PRENSA: LA OPCIÓN POR HABERMAS

COROLARIO CAPÍTULO SEGUNDO.

CAPÍTULO III.

ÉTICA DE LA RESPONSABILIDAD PARA LA ERA MEDIÁTICA

80

LA PROPUESTA ÉTICO-DISCURSIVA DE KARL OTTO APEL

Teoría consensual de la verdad y falibilismo
Fundamentación última
El valor de la argumentación
Ética del discurso como ética de la responsabilidad: transformación
postmetafísica de la ética de Kant
Por qué la ética discursiva de Apel

LA RESPONSABILIDAD Y SU DEFINICIÓN

La ética de la responsabilidad de Karl Otto Apel
Sobre responsabilidad y la prensa

COROLARIO CAPÍTULO TERCERO

CAPÍTULO IV.

NIVELES ÉTICOS COMO GARANTÍA DE UN PERIODISMO DE CALIDAD

117

PARTICULARIDADES DE LA ÉTICA PROFESIONAL DEL PERIODISTA

Satisfacción del derecho a estar informado
Rol democrático de la prensa como generadora de opinión pública

PERSPECTIVA ÉTICA DE LA EMPRESA INFORMATIVA

Carácter moral de la empresa informativa. La ética empresarial
La responsabilidad social y empresa informativa
Teoría de *stakeholders* y rendición de cuentas

PERSPECTIVA ÉTICA DEL SECTOR PROFESIONAL

Estado de la cuestión: regulación ética de la profesión
Códigos deontológicos. Características, funciones y límites
Autorregulación y regulación jurídica
Muestra empírica del estado de la cuestión
Periodismo ético, periodismo de virtudes, periodismo de calidad
Condiciones de posibilidad de un periodismo de calidad

COROLARIO CAPÍTULO CUARTO. NIVELES ÉTICOS Y SU
RELACIÓN CON EL PERIODISMO DE CALIDAD

CONCLUSIONES

191

BIBLIOGRAFÍA

205

*A Daniel, por acompañarme y ser mi sostén en este trayecto,
y a Esther, por ser mi constante inspiración.*

Agradezco a mi supervisora, Begoña Román, su compromiso con mi trabajo, su rigor y profundidad, y sobre todo, su calidad humana que tanto ayudó también a sacar adelante este trabajo. Gracias a Carme Teixeiro del Centro de Documentación del Colegio de periodistas de Catalunya por su disposición y ayuda en temas de documentación. Gracias a Joan Carles Elvira Husé y a Carlos Ruiz por sus trabajos e ideas que fueron fuente de inspiración y orientación. Gracias a Rodrigo Prieto porque sin su apoyo trabajar a la distancia habría sido más difícil. Gracias a Brady Wagoner por su constante interés por mi trabajo y sus interesantes aportes críticos sobre Habermas. Gracias también a Cristián Contreras y a Agustín Viñas, por confiar en mí y en mi trabajo. Gracias a Adveniat que creyó en el proyecto que le presenté y me apoyó en los comienzos. Mil gracias a Max y María Estela, mis padres, por animarme a emprender y mantener este proyecto, pero sobre todo, gracias por enseñarme a querer pensar las cosas de ida y de vuelta para encontrar un camino propio. Y gracias a mis hermanos y amigos por sus palabras de ánimo y compañía.

Gracias Daniel por ser mi compañero.

INTRODUCCIÓN

Actualmente los medios de comunicación y los profesionales de la información están cada vez más desprestigiados, aún cuando resulta muy difícil vivir en sociedad sin tener información. La libertad de prensa no asegura necesariamente la libertad de expresión y ésta no garantiza que el derecho a la información sea satisfecho. De esta constatación puede inferirse que se requiere de otras reflexiones que profundicen en qué es lo que legitima la actividad informativa de la prensa, en cuáles son las expectativas de los involucrados en el proceso comunicativo, y en la calidad del trabajo periodístico. Reivindicar esa legitimidad aparentemente perdida, o al menos desfigurada, es el primer paso para poder reconducir el trabajo de la prensa de manera que cumpla su función democratizadora.

La prensa necesita recuperar su función social o podría correr el riesgo de desaparecer como tal; de no recuperar aquella función terminará siendo sólo una fuente de entretenimiento más. La prensa es valiosa en la era mediática porque la vida social en las sociedades actuales, determinadas por la globalización, la multiculturalidad y los tiempos “impuestos” por las tecnologías, exige, tal vez más que nunca, ciudadanos informados y en condiciones de tomar decisiones.

Esta tesis trata sobre la prensa y su función democratizadora (informar para formar opinión pública) y, por tanto, de informativos. En ocasiones se encontrarán referencias a los medios de comunicación, pero esta investigación expone la exigencia de la correcta satisfacción del derecho a estar informado de los ciudadanos y los medios de comunicación producen también otros tipos de contenidos. Los dilemas y necesidades que enfrentan las otras funciones de los medios, educar y entretener, son distintas y precisan de otro tratamiento.

Esta tesis pretende poner en evidencia que existen razones suficientes para, por una parte, no renunciar al rol democratizador de la prensa, y por otra, para creer que para ello es indispensable repensar el planteamiento ético que sostiene el trabajo de la prensa en la actualidad. Para lo primero se propone revisar la función de la prensa desde su génesis, desde la teoría liberal, para desde ahí replantear aquello que da legitimidad al trabajo de la prensa. Y para lo segundo, la necesidad de reformulación ética de la prensa en la era mediática, se sugiere aplicar la propuesta de la ética discursiva. Esta propuesta resulta provechosa para orientar la tarea propuesta puesto que consiste en la fundamentación de normas morales (y también jurídicas).

Los supuestos que impulsaron este trabajo fueron los siguientes:

- ❖ La función social de la prensa es valiosa para la vida democrática y el ejercicio del periodismo no está deslegitimado sino que lo que se ha producido es una mala praxis.
- ❖ Es necesario reformular algunos conceptos de la teoría liberal para reinterpretar la función de la prensa, principalmente las categorías de verdad y de responsabilidad.
- ❖ Pareciera que la mala praxis de la prensa puede tener que ver con un olvido o descuido de los trascendentales del periodismo, de aquellas categorías que el periodista no puede desatender si se pretende periodismo de calidad.
- ❖ Se requiere de un marco ético que revitalice tanto la función de la prensa como el ejercicio profesional de manera que ambos respondan a los desafíos que les exige una sociedad tecnificada y multicultural.

Las preguntas de investigación que inspiraron este trabajo fueron las siguientes:

1. *¿La actividad se encuentra deslegitimada o en proceso de deslegitimación?* La respuesta a este cuestionamiento posibilitará abordar el problema real que presenta la actividad mediática, ya sea de deslegitimación o no, para posteriormente aventurar caminos y perspectivas de solución.
2. *¿Qué es aquello que otorga legitimidad a la actividad informativa?* Dicha pregunta es troncal, ya que apunta a dilucidar si existe efectivamente o no la deslegitimidad intuida y contrapone el origen y aquello que da sentido a la actividad con la situación actual de la prensa y el periodismo.
3. *¿Cuáles son las categorías mínimas que un periodista no debe desatender para cumplir de manera adecuada con el derecho a la información del ciudadano?* Esta pregunta nos orientará sobre la posibilidad de realizar el trabajo periodístico con excelencia, saber si es que podemos hablar de trascendentales del periodismo o no y, de ser así, si estos son exigibles o no. Se pretende con ello indagar cuál es la forma excelente de realizar el trabajo periodístico.

Tres son los grandes temas en torno a los cuales se articula el trabajo. En primer lugar está la función legitimante de la actividad, es decir, el derecho a la información. En segundo lugar, el marco ético desde donde pensar esta función: la teoría de la responsabilidad de Karl Otto Apel; y finalmente, los agentes, entre los que se encuentran los periodistas, la empresa, el entorno y el ciudadano. Con el propósito de hilvanar estos tres temas se trabajaron cuatro capítulos: en el primero se aborda el origen de la función legitimante de la actividad y se pone en la perspectiva de la crítica a la situación actual. El segundo y tercer capítulo orientan la reflexión con el objeto de dar con el marco ético para la reinterpretación de la función de la prensa en las sociedades actuales. Para en el cuarto capítulo abordar los desafíos éticos que deben y pueden asumir los agentes.

En relación al contenido de cada capítulo, en el primero se aborda la genealogía liberal de la prensa con el objeto de detectar la falta de fundamentación de la función de la prensa y el

problema de su aparente deslegitimidad. Para ello el capítulo se ha dividido en tres partes. En la primera, y bajo el subtítulo de *La herencia liberal de la prensa*, se analizan las categorías morales vigentes durante el nacimiento de la prensa en el siglo XIX y se revisa el nacimiento de la libertad de expresión y del derecho a la información. En una segunda parte, y bajo el subtítulo *Las categorías morales de la prensa en el siglo XXI*, se reinterpretan las categorías morales de la prensa a la luz del contexto actual. Finalmente en la tercera parte, el Corolario del capítulo, se concluye que no hay deslegitimización sino mala praxis y se propone subsanar el descrédito.

En el Capítulo II, buscando soluciones para la fundamentación de la función legitimante de la prensa, se revisaron dos propuestas: el pragmatismo de Richard Rorty y el pragmatismo trascendental inherente a la acción comunicativa de Jürgen Habermas. Resultaba indispensable encontrar un nuevo lugar desde donde reinterpretar los conceptos propuestos por la teoría liberal, para desde allí explicar qué tipo de prensa puede colaborar hoy a la vida democrática. Fueron escogidos estos dos autores porque ambos valoran la democracia, pero uno de ellos renuncia a los trascendentales y el otro propone que sin ellos resulta imposible lograr acuerdos en sociedad y, por tanto, entenderse. Bajo el subtítulo *La propuesta pragmática de Richard Rorty*, se desarrollaron conceptos que parecen cruciales para entender cuál es la función de la prensa en la propuesta rortiana. Asimismo, y bajo el subtítulo *La propuesta comunicativa de Jürgen Habermas*, se intentó dilucidar la función mediática en la propuesta del filósofo alemán. En *Justificación o verdad en la prensa: la opción por Habermas*, se discute en torno a ambas concepciones y se explica por qué parece que la de Habermas es la adecuada para responder al rol democratizador de la prensa. El Capítulo se cierra con un Corolario.

En el Capítulo III se explica la necesidad de un marco ético de la responsabilidad para los medios. En el subtítulo, *La propuesta ético-discursiva de responsabilidad de Karl Otto Apel* se aclara en qué consiste la propuesta de una macroética de la corresponsabilidad de este filósofo y se dan las razones de su pertinencia para responder a las necesidades de un marco ético para la prensa. En el subtítulo *El apremio por la responsabilidad y su definición* se argumenta en torno al concepto de Responsabilidad y la urgencia de su articulación, siendo la propuesta de Apel la principal referencia, debido a las siguientes razones: en primer lugar, porque seguimos con el punto de partida de la ética discursiva y la acción comunicativa, dentro de la cual se encontró una reinterpretación propicia para las categorías morales de la función de la prensa. En segundo lugar, porque Apel advierte sobre la apremiante necesidad de respuesta que exige un mundo con un poder desmedido y desbocado, por eso desarrolla su ética de la corresponsabilidad. Y la prensa también necesita una nueva ética adecuada al poder que ostenta y a las consecuencias que tienen sus acciones en la era mediática. Finalmente, porque fue en el concepto de responsabilidad de Apel que se encontraron

aquellos elementos que responden de mejor manera a la función de la prensa y a la reinterpretación dada a sus categorías morales.

Finalmente en el Capítulo IV se discute en torno a la ética profesional del periodista, de la empresa informativa y del sector profesional del periodismo. En el subtítulo *Particularidades de la ética profesional de periodista* se justifica la profesión de la mano del derecho a la información y del papel de la prensa como generadora de opinión pública. En *Perspectiva ética de la empresa informativa*, se aplican a la prensa los conceptos propios de la ética empresarial, tales como responsabilidad social y las de la teoría de *stakeholders* y *accountability*, siempre considerando las particularidades de los desafíos éticos del periodismo. En *Perspectiva ética del sector profesional*, se abordan los grandes desafíos del sector, como la autorregulación, el reto de un periodismo virtuoso y las condiciones de posibilidad de un periodismo de excelencia. Asimismo, se revisan las razones por las cuales la autorregulación presenta deficiencias que impiden la pertinente reacción ante situaciones que se presentan con mayor frecuencia en el trabajo periodístico (enfrentamiento entre derechos, por ejemplo). Se revisan los pros y los contras de conservar la sola regulación ética, así como las posibilidades del respaldo de una legislación que permita sancionar a quienes transgredan las regulaciones profesionales o incurran directamente en un delito. En el *Corolario* del capítulo se propone considerar un modelo ético a través de niveles éticos, haciendo énfasis en que el reto de la responsabilidad debe ser asumido tanto por la empresa informativa como por los profesionales. Cerramos el trabajo con unas conclusiones.

El principal método para la realización del presente trabajo fue la revisión bibliográfica de textos, ya sea libros o artículos académicos. Dado que no se trata de un trabajo dedicado a un solo autor o concepto, la búsqueda bibliográfica fue orientada por las necesidades que cada capítulo fue esbozando.

Para el Capítulo I la bibliografía giró en torno a la Teoría liberal, a la historia de la prensa y se centró en dos autores, Alexis de Tocqueville y John Stuart Mill. Para el Capítulo II se revisaron obras de Richard Rorty y de Jürgen Habermas, ambos defensores de la vida democrática, que nos conducirían a entender el rol que cada uno le asigna a la prensa, así como a textos secundarios que hablan sobre sus ideas. La selección de la bibliografía de los dos autores fue guiada por el objetivo del Capítulo de vincular la idea de prensa que se desprendía de la ironía liberal y la acción comunicativa, respectivamente.

Para el Capítulo III se revisó gran parte de la obra de Karl Otto Apel, así como bibliografía secundaria referida a su obra, y bibliografía en torno al concepto de responsabilidad, con el propósito de desarrollar una propuesta de marco ético para la prensa en las sociedades actuales.

La revisión bibliográfica del Capítulo IV la podemos dividir en tres partes: una primera dedicada a la ética profesional periodística y a los debates que en ella se libran,

principalmente sobre la efectividad de la autorregulación. Una segunda parte de la bibliografía sobre ética empresarial en general y aplicada a los medios de comunicación en tanto empresas y los principales desafíos que ésta enfrenta. Y la tercera, enfocada a qué podría colaborar al periodismo de calidad y a los valores de éste, por lo que se recurrió al bibliografía crítica sobre el quehacer profesional y los valores que lo orientan.

A continuación el lector se encontrará con una reflexión filosófica hecha por una comunicadora social desde la interdisciplinariedad.

CAPÍTULO I

EL PUNTO DE PARTIDA: LA TEORÍA LIBERAL DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN

La teoría liberal es la madre de la prensa moderna; fue bajo su protección y principios que la prensa creció y se modernizó, transformándose en lo que hoy entendemos por medios de comunicación masiva. Nuestra reflexión versa sobre la prensa, sobre cómo enriquece –puede y debe hacerlo- la vida democrática. Y por esto trabajamos con el mismo planteamiento que Alasdair MacIntyre propone en “Tras la virtud”: el filósofo escocés diagnosticó que nuestras virtudes heredadas están basadas en categorías judeocristianas que ya no tienen la misma vigencia. Si aplicamos esto a la prensa, diríamos que conservamos categorías morales de la teoría liberal que ya no tienen el mismo significado.

El trabajo de la prensa se encuentra en entredicho y al igual que Carlos Ruiz¹, creemos que eso en parte se debe a que en el siglo XXI la prensa funciona con categorías morales vacías que no dicen nada respecto de su actuar moral. También ha influido el desarrollo de algunos asedios al trabajo de los periodistas que han provocado una especie de descrédito² y una aparente ilegitimidad del trabajo profesional.

En la primera parte de este capítulo nos concentraremos en el siglo XIX, en las categorías que ayudaban a ordenar y a priorizar moralmente el trabajo de la prensa, para luego entender cómo esas categorías han cambiado. Pretendemos hacer un breve repaso histórico para dar con la teoría del génesis, con aquellas categorías que daban legitimidad al trabajo de los periodistas. En este contexto resulta relevante hablar tanto de libertad de expresión como de derecho a la información, para situar la legitimidad del trabajo de los profesionales de la información en la satisfacción del derecho a través de la libre expresión.

LA HERENCIA LIBERAL DE LA PRENSA

La teoría liberal que dio origen a la prensa tal cual hoy la entendemos heredó a su vez unas determinadas categorías morales que iluminaron su actuar durante el siglo XIX. Entendemos por categorías morales aquellos conceptos o ideas que guían el actuar de los sujetos, en este

¹ Ver RUIZ, C: *La teoría liberal sobre la libertad de prensa*. Tesis doctoral desarrollada en la Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna, Universitat Ramon Llull, Barcelona, 2006.

² Según el último Barómetro de opinión del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) del mes de febrero de 2013, los periodistas son los profesionales peor valorados de la sociedad española en relación a la confianza que generan, mientras que, los médicos y los profesores son los mejor valorados por los españoles. Ver: <http://www.cis.es/cis/opencms/ES/index.html>

caso, de los periodistas. La manera de entender estos conceptos es generalizada, de ahí que puedan servir para clasificar el actuar de las personas y que se pueda hablar de categorías.

Podríamos decir que el importante papel que la prensa desempeñaba en la discusión política era una característica de finales del siglo XIX, así como el pensamiento reinante –el liberalismo- y el concepto de individuo y su preeminencia frente a la sociedad. En este contexto proponemos revisar los conceptos de libertad, democracia, verdad y responsabilidad a la luz de la prensa y de su función social.

Las categorías morales de la prensa en el siglo XIX

Los autores que nos servirán de guía en las siguientes reflexiones son Alexis de Tocqueville y John Stuart Mill. Resulta innegable el papel preponderante que cada uno de ellos tuvo durante el desarrollo del pensamiento y del liberalismo durante el siglo XIX. De Tocqueville nos interesa la descripción que hace de una sociedad que lo deslumbra y sorprende; nos aprovechamos de la información que un “recién llegado” puede darnos sobre la sociedad liberal de Estados Unidos, donde se desarrolla la prensa. De Mill nos interesa el trasfondo filosófico del liberalismo como ideología y sistema de pensamiento.

Durante el siglo XIX se desarrolla y crece la prensa, ideológicamente todavía se vive de la herencia de la Ilustración, con una preeminencia importante de la razón y de lo que a través de ella se podía demostrar utilizando como mayor herramienta la argumentación. A propósito de lo observado en la democracia estadounidense de mediados del siglo XIX, el francés Alexis de Tocqueville, en su libro *La democracia en América*³, destaca el rol protagonista de los ciudadanos en la lucha y defensa de su sociedad a través de las asociaciones civiles. Le llama profundamente la atención que el ciudadano estadounidense no recurre a la autoridad social o política más que cuando no puede evitarlo.

Se trataba de una época en la que ahí donde se consolidaban los gobiernos democráticos, el ciudadano se hacía cargo de su vida social porque le parecía de capital importancia. Tocqueville llega a comparar el poder de las asociaciones civiles con el de la prensa, aclarando eso sí la superioridad de las primeras respecto a la segunda por su efectividad, aun cuando la complementariedad entre ambas hace invencibles a los ciudadanos. La prensa es independiente y es en esa independencia que los ciudadanos reafirman su libertad al contar con información veraz sin tintes de intenciones o intereses ajenos.

³ Alexis de Tocqueville publica la primera edición del primer volumen de este libro en 1835 y del segundo en 1840.

Tocqueville es claro, “Un pueblo que quiere permanecer libre tiene, pues, el derecho de exigir que a toda costa se la respete⁴ (a la prensa)”.

La libertad de prensa ejercía su poder no sólo sobre la opinión política, sino sobre la de todos los hombres, “no modificaba sólo leyes sino que también costumbres⁵”. Y aunque desde entonces la prensa contaba con críticos, ellos mismos la querían más por los males que impedía que por los bienes que realizaba. Sobre todo, se trataba de un poder, “el cuarto poder”, que se encargaba de proteger la libertad, la libre circulación de información y de opiniones particulares. Precisamente porque los ciudadanos reconocían el rol de la prensa en la vida democrática se producían debates en torno a sus debilidades o problemas, único camino para detectarlos y posteriormente solucionarlos.

Tocqueville destaca la importancia social de la prensa al decir que “Entre los doce millones de hombres que viven en Estados Unidos, no hay uno solo que haya propuesto todavía restringir la libertad de prensa⁶”. Se reconocía también la importancia de la diversidad de opiniones que debía contener la prensa, de hecho era considerada censura la sola selección de algunas opiniones en detrimento de otras.

Tocqueville advierte sobre los riesgos del extraordinario poder que ostentaba la prensa a la vez que le reconoce su indispensabilidad para la vida social en democracia. Prevenía, por ejemplo, sobre el riesgo que significaba para la vida política la cantidad de anuncios que contenían los periódicos en Estados Unidos, frente al espacio dedicado a informaciones y, sobre todo, a las discusiones políticas sobre asuntos de interés general. Tocqueville también llamó la atención respecto del cuidado de la forma de informar –el lenguaje utilizado- y de la selección del contenido de las informaciones, descartando por irrelevantes aquellas notas que versan sobre la vida privada de las personas.

Otro rasgo del contexto en el que se desarrolla la prensa moderna es la corriente ideológica que imperaba entonces: el liberalismo. Éste se centraba en el desarrollo de las libertades individuales y, a partir de éstas, en el progreso de la sociedad. Se caracteriza por establecer un Estado de Derecho en el que todas las personas, incluyendo aquellas que forman parte del Gobierno, están sometidas al mismo marco legislativo. Como es sabido, las principales características del liberalismo son: a) el individualismo; b) la libertad como un derecho inviolable (referido a diversos aspectos como el pensamiento, la expresión, la asociación o la prensa) cuyo límite es la libertad de los demás; c) la igualdad entre las personas en los campos jurídico y político y d) el respeto a la propiedad privada como fuente de desarrollo individual y como derecho inobjetable que debe ser salvaguardado por la ley y

⁴ TOCQUEVILLE, A: *La democracia en América*, Fondo de Cultura Económica, México, 2005, p. 208.

⁵ *Ibidem*. p. 198.

⁶ *Ibidem*. p. 199.

protegido por el Estado. Cada una de estas características tenía un trasfondo filosófico y/o ideológico.

Según explica John Stuart Mill, la individualidad tiene sentido por su manifestación en la sociedad para la común búsqueda de la felicidad a través del diálogo y la fuerza de una opinión pública articulada. La gran preocupación de Mill era que la sociedad extendía su poder sobre el individuo, por una parte, a través de la fuerza de la opinión de la masa –no de la suma de individualidades educadas- y por otra, a través de la legislación. Mill está preocupado porque le parecía que lo más importante de la individualidad estaba siendo dejado de lado; no veía con buenos ojos el poco gusto por la originalidad, por la manifestación de la individualidad. Le temía a la masa y a la falta de diversidad. Y aunque es la propia individualidad la que nutre la vida colectiva y la vida social, Mill es claro en separar ambas como ámbitos delimitados por el interés individual en el primero y social en el segundo. No obstante, explica que “todo el que recibe protección de la sociedad debe una compensación por este beneficio⁷”.

Mill defendía la individualidad entendida como fundamento del bienestar y de la felicidad, que se alcanzaba a través de un compromiso social y que implicaba el debate racional de las ideas, de las opiniones. En este entorno resultaba crucial contar con libertad para expresar las ideas y aceptar los argumentos que las rebatían. Una individualidad así concebida enriquecía la sociedad porque la nutría de diversidad, tanto de individuos como de ideas y opiniones que estos profesaban. Por esto Mill temía a la imposición de la mayoría y afirmaba que “(...) es sólo el cultivo de la individualidad lo que produce, o puede producir, seres humanos bien desarrollados (...)”⁸.

El liberalismo moderno tiene sus raíces en el legado ilustrado de la toma de decisiones: “Las facultades humanas de percepción, juicio, discernimiento, actividad mental y hasta preferencia moral, sólo se ejercitan cuando se hace una elección⁹”. El centro de esta corriente es el individuo y defiende la individualidad, entendida como las cualidades por las cuales una persona se distingue de las demás. El individualismo es valorado como doctrina ética, política, filosófica o social que toma al individuo como fundamento y fin de todas las leyes y relaciones morales y políticas. En este escenario la prensa moderna se consolida, jerarquiza y ordena sus acciones y el trabajo profesional de acuerdo a las categorías morales que comentaremos a continuación.

⁷ MILL, J.S: *Sobre la libertad*, Alianza Editorial, Madrid, 2005, p. 152.

⁸ *Ibidem*. p. 137.

⁹ *Ibidem*. p. 130.

Libertad

Durante el siglo XIX todo será clasificado a partir de la libertad; la libertad es aquello que da sentido a cualquier acción del hombre y donde toda posibilidad de acción se origina. En la sociedad tendrá su más perfecta manifestación a través de la libertad política. John Stuart Mill en *Sobre la libertad* explica que el único objetivo de su ensayo es el de explicitar el principio de la libertad que dirige el espíritu de la época. La única posible restricción del principio es definida de la siguiente manera:

“La única razón por la cual sería justificable que la humanidad, individual o colectivamente, se entremeta en la libertad de acción de cualquiera de sus miembros, es la propia protección¹⁰”.

Se creía firmemente que toda persona debía ser libre para hacer cuanto ella quisiera mientras no interfiriera en la libertad de los demás y no incitase a delito. No obstante, esa libertad encontraba su máxima expresión, desarrollo y plenitud en el compromiso del individuo con la vida colectiva, con el enriquecimiento de la democracia y el debate de las ideas. La libertad del individuo, necesaria para su felicidad, debía ser preservada ante el poder del Estado y la intromisión ilegítima. Entonces, estimaban que la esencia de la libertad individual era la libertad de religión, de opinión, de expresión y de propiedad. Carlos Ruiz explica que esto se debería a que estas son las libertades que hacen al hombre más humano¹¹; con lo que había un interés por ser más humano.

Actualmente también se piensa en la libertad como capacidad para hacer y deshacer sin mayor límite que la individualidad de otra persona, pero ya no cuenta con la importancia social de entonces, en tanto compromiso social y sentido último de acciones políticas, de vida intelectual. Cuando Mill habla de libertad se refiere a la “libertad negativa” que, siguiendo a Isaiah Berlin¹², es la ausencia o carencia de impedimentos, obstáculos o coerción para actuar. Esto contrasta con la “libertad positiva”, es decir, la capacidad de comprometerse y la presencia de condiciones para ejercer tal libertad: sea mediante recursos materiales, cierto nivel de ilustración o la oportunidad para la participación política.

En el siglo XIX se ponía la fe del desarrollo humano en la libertad y en sus posibilidades. Según Mill el genio sólo se puede alentar libremente en una atmósfera de libertad, por tanto, el hombre talentoso, el hombre que razona y da razón de su pensar, sólo puede desarrollarse en semejante situación. De no ser así “creeremos” ser libres, pero la

¹⁰ *Ibidem.* p. 68.

¹¹ RUIZ, C: *Op.cit.* p. 130.

¹² BERLIN, I: *Four essays on liberty*, Oxford University Press, Gran Bretaña, 1979.

libertad no tiene sentido si es sólo de acción o movimiento y no redundando en el enriquecimiento de las ideas y de las opiniones. Mill insistía en la práctica de dejar al genio desenvolverse libremente porque nada es más fecundo en maravillas que el arte de ser libre; pero no hay nada más duro que el aprendizaje de la libertad.

El desarrollo de las ideas en libertad genera movimiento en las ciudades, dinamismo social. Así lo explica Alexis de Tocqueville, quien estima que si el país libre es además democrático cuenta con una cualidad mayor, ya que es el pueblo entero el que participa de ese dinamismo y se encarga de su cuidado. Tocqueville pone la fe en el sistema democrático como el más adecuado resguardo de las libertades individuales y, por ello, del funcionamiento de la sociedad.

También explicaba que la libertad hacía nacer hábitos muy difíciles de contrarrestar, más aun que el propio amor a la libertad. Estos hábitos son resguardados por la vida democrática que él observó en su viaje a Estados Unidos y guardan relación con la participación ciudadana, con involucrarse en los asuntos de “todos” y en el papel que la discusión pública pueda tener.

Democracia

Durante el siglo XIX el individuo tenía un rol protagonista, tanto que el poder político estaba limitado por la libertad del individuo. La democracia era valorada como la mejor forma de gobierno posible porque era percibido como el régimen en el que el individuo podía protegerse mejor a sí mismo, y porque una constitución democrática favorecería más que cualquier otra el temperamento activo y la participación de los ciudadanos. No obstante, algunos, como Mill, manifestaban preocupación por el exceso de poder que tendría la mayoría, sobre todo cuando ésta estaba conformada por una masa sin instrucción ni educación democrática. Por ello existía entonces preocupación por educar a los ciudadanos en el ejercicio de la democracia así como por discutir en torno a ella, ya que se le respetaba aun cuando se consideraba un modelo perfectible.

La democracia era vista como una gran revolución irresistible que venía recorriendo un período histórico de desarrollo y que parecía concretarse en el siglo XIX. Y aunque históricamente nace primero la democracia, la democracia moderna no se entiende sin el liberalismo¹³, éste es esencial en el desarrollo de aquella tal y como la entendemos hoy.

Tocqueville describe las bondades y peligros de la democracia, y alerta de que “sus defectos llaman la atención a primera vista, pero sus cualidades no se descubren sino a la larga¹⁴”. De ahí la importancia de tener mecanismos que protejan a la democracia de sí misma

¹³ RUIZ, C: Op.cit, p. 128.

¹⁴ TOCQUEVILLE, A: Op.cit, p. 241.

y de aquellos que actúen con intereses extra democráticos. Por eso, refiriéndose al poder y a la dirección de los pueblos a través de los gobiernos, Tocqueville aclara que es importante

“(…) para el bien de las naciones que los gobernantes tengan virtudes o talento; pero lo que tal vez importa todavía más, es que los gobernantes no tengan intereses contrarios a la masa de los gobernados, porque en este caso las virtudes pueden llegar a ser inútiles y el talento funesto”.

Es por este motivo, según explica el francés, que en muchas ocasiones Estados Unidos fue dirigido por personas “inferiores en capacidad y en moralidad” pero cuyo interés se identificaba con el de la mayoría. Ya entonces advertía del peligro que encierra la posibilidad de que un poder ajeno al cuerpo social actúe sobre él. Para Tocqueville los derechos de los ciudadanos son la idea de virtud introducida en el mundo político¹⁵, el completo ejercicio de los mismos se produce al interior de la democracia. Poner los derechos al alcance de todos los individuos es uno de los méritos de la democracia. La vida democrática que observa Tocqueville en el Estados Unidos del siglo XIX es actividad política, es participación ciudadana, es trabajo para ser feliz, es una especie de prolongación de un movimiento universal que comienza en las últimas filas del pueblo y llega a todas las clases sociales¹⁶. Así describe la actividad política que se produce en las sociedades democráticas:

“Apenas habéis desembarcado en suelo de Norteamérica, os encontráis en medio de una especie de tumulto; un clamor confuso se eleva por todas partes; mil voces llegan al mismo tiempo a vuestro oído y cada una expresa algunas necesidades sociales. En torno nuestro todo se agita: aquí, los habitantes de un pueblo se han reunido para saber si debe construir una iglesia; allá, se trabaja en la elección de un representante; más lejos, los diputados de un cantón se dirigen a toda prisa a la ciudad, a fin de proveer a ciertas mejoras sociales; en otro lugar, son los cultivadores de una aldea los que abandonan los surcos para ir a discutir el plano de una carretera o de una escuela. Unos ciudadanos se reúnen en asamblea, con el solo fin de declarar que desaprueban la marcha del gobierno, en tanto que otros lo hacen a fin de proclamar que los hombres que gobiernan son los padres de la patria. He aquí otros más todavía que,

¹⁵ *Ibidem.* p.247.

¹⁶ *Ibidem.* p. 251.

considerando la embriaguez como la fuente principal de los males del Estado, se comprometen solemnemente a dar ejemplo de templanza¹⁷”.

El texto es rico en detalles de la concepción de sociedad, de democracia, y sobre todo, de participación democrática. Se trata de una libertad para hacer, para trabajar por y en ella. Es más, dirá Tocqueville, esta agitación que el gobierno de la democracia ha introducido en el mundo político pasa enseguida a la sociedad civil. Por esto puntualizará que alaba mucho más a la democracia por sus efectos que por lo que ella misma es. Porque sabe y reconoce –al igual que Mill- las imperfecciones de la democracia, pero valora aún más los beneficios que incluso siendo imperfecta ella acarrea:

“La democracia no da al pueblo el gobierno más hábil, pero crea lo que el gobierno más hábil es a menudo incapaz de hacer: esparce por todo el cuerpo social una inquieta actividad, una fuerza abundante y una energía que no existe jamás sin ella, y que, por poco que las circunstancias sean favorables, pueden engendrar maravillas¹⁸”.

Dentro de la democracia hay una fuerza dinamizadora resultado de un movimiento social en cuya formación contribuye la prensa: la opinión pública. Observar los cambios que la opinión pública ha sufrido puede ayudar a entender los cambios de la democracia. En relación a la formación de la opinión pública, Tocqueville describe el siglo XIX como una época en la que las religiones se debilitan y la noción divina de los derechos desaparece, en la que las costumbres se alteran, las creencias dan lugar a los razonamientos y los sentimientos a los cálculos. Las discusiones sobre las ideas y los acontecimientos se daban en la calle, entre los individuos que se reunían y cuyas conclusiones tenían fuerza política a través de la opinión pública.

El hábito de corregir y completar la propia opinión comparándola con la de los demás es el único fundamento de una justa confianza en ella, dice Mill. Y la prensa tenía encomendada la tarea de satisfacer el derecho a estar informado para permitir a los ciudadanos vivir en sociedad y colaborar en la conformación de la opinión pública. Era tal la importancia que se le atribuía a ésta, al hecho de que se produzca y circule libremente, que durante el siglo XIX se creía con firmeza que la opinión pública no debía ser fiscalizada, aun cuando se pretenda hacer en nombre de la mayoría representada por el Gobierno¹⁹.

¹⁷ Ídem.

¹⁸ Ibídem. p. 252.

¹⁹ Ibídem. p. 76.

Tanto Mill como Tocqueville defienden a rajatabla la absoluta libertad para profesar y discutir toda doctrina, por inmoral que pueda ser percibida. Cada cual puede como persona, individuo diría Mill, defender sus ideas y manifestarlas, sin atropellar la individualidad de otros. Sobre el proceso de formación de la opinión, Mill atribuye a cada individuo y al Gobierno la tarea de formarse la propia opinión, “lo más verdaderas que puedan”, aceptando las de otros, para a partir de ellas obrar en conciencia²⁰. ¿Cómo se formaban entonces las opiniones? En los cafés del siglo XIX, la opinión pública tiene su cuna y posibilidad de desarrollo en el libre derecho a reunión, donde los ciudadanos tienen un lugar para debatir y argumentar.

Después de su larga visita a Estados Unidos, Alexis de Tocqueville, previno al igual que Mill, sobre el inmenso poder que ostentaba la opinión de la mayoría y advertía sobre la posible tiranía de ella, contra la cual la libertad de asociación resultaba una necesaria garantía. De producirse dicha tiranía, se somete el pensamiento individual al de la mayoría, y ésta traza una especie de círculo en torno al pensamiento, dentro de cuyos límites hay libertad, pero no para salir de él.

Al comparar la situación de la libertad de pensamiento en gobiernos democráticos y en gobiernos despóticos, Tocqueville afirma que en el caso del despotismo se hería el cuerpo para someter al alma, mientras que las repúblicas democráticas van directamente al alma. Esto es, en gobiernos democráticos jamás se les dirá a los ciudadanos “pensaréis como yo”, por el contrario, se afirma la libertad de pensar distinto, pero desde ese día el ciudadano se convierte en un extranjero entre sus pares, “permaneceréis entre los hombres pero perderéis vuestros derechos a la Humanidad²¹”.

El lugar donde lo observó fue Estados Unidos, pero Tocqueville sugiere que a largo plazo la democracia puede tener estos efectos en cualquier sitio. Resguardar la libre expresión de la opinión particular, así como propiciar que ésta se forjara era crucial para evitar un mal mayor para el individuo y para la sociedad. Mill manifestó su preocupación al respecto: “(...) la peculiaridad del mal que consiste en impedir la expresión de una opinión es que se comete un robo a la raza humana²²”, porque se priva al individuo de conocer la verdad, o parte de ella.

Verdad

Dice Mill que negarse a oír una opinión subjetiva porque se piensa que es falsa supone creerse en posesión de una verdad absoluta e implica presunción de infalibilidad²³. Por tanto, se rechazaba –o comenzaba a hacerse- la existencia de verdades absolutas, o al menos, la

²⁰ *Ibidem.* p. 79.

²¹ TOCQUEVILLE, A: *Op.cit.* p. 261.

²² MILL, J.S: *Op.cit.* p. 77.

²³ *Ídem.*

posesión de éstas por parte de individuos. Y esto planteó dos problemas: por una parte, el cuestionamiento sobre la existencia de verdad –absoluta o no- y por otra, la posibilidad o imposibilidad de acceso a ella.

La opinión pública era percibida como vía de acceso a la verdad –al menos a parcelas de ella- a través del debate y de la argumentación de las propias ideas, en palabras de Mill, la verdad de una opinión es parte de su utilidad, ya que

“La libertad completa de contradecir y desaprobado una opinión es la condición misma que nos justifica cuando la suponemos verdadera a los fines de la acción; y por ningún otro procedimiento puede el hombre llegar a tener la seguridad racional de estar en lo cierto²⁴”.

Mill le reconoce a la verdad un valor de uso porque le da utilidad a la opinión, y el procedimiento para acceder a ella es la aprobación o la desaprobación de las opiniones en la discusión. La verdad de las opiniones no está despojada de importancia, su uso es práctico: la necesitamos para tener seguridad de que estamos en lo cierto y de ese modo justificar nuestras acciones.

No obstante, Mill denuncia que en su época –la que define como aquella en la que sus hombres se sienten seguros, no tanto de la verdad de sus opiniones como de que no sabrían qué hacer sin ellas- la exigencia de defensa de una mera opinión frente a los ataques públicos se apoya, más que en su verdad, en su importancia social, que no es otra que permitir a los ciudadanos actuar. Los hombres no son infalibles y le parecía un “falso sentimentalismo” estimar que la verdad como tal gozaba de un poder inherente. El concepto de verdad se somete –o debe someterse- al constante escrutinio de la razón, pero sobre todo de la observación, de la experiencia. En campos donde no prevalece ninguna certeza científica, con mayor razón debe ser el argumento racional el camino para intentar llegar a la verdad, ya que “la verdad ya no es inamovible, develada. Para ser aceptada socialmente debe desnudarse públicamente, someterse al escrutinio de la crítica²⁵”. Es por ello que se esperaba de la prensa que diese cuenta de los hechos y que esa narración se ajustase a la verdad para luego ser sometida al escrutinio de la crítica.

Responsabilidad

La responsabilidad de la prensa consistía en no inmiscuirse en la libertad del otro, además de respetar aquello que estuviese estipulado por la ley. La máxima de libertad total no contemplaba mayores responsabilidades que la vivencia de las propias consecuencias del

²⁴ *Ibidem.* p. 84.

²⁵ RUIZ, C: *Op.cit.* p. 81.

ejercicio de esa libertad. Desde el punto de vista de la prensa, la responsabilidad estaba más asociada al concepto de libertad de expresión que al de derecho de la información, dado que, de acuerdo al espíritu de la época, lo importante era resguardar la libre expresión y la libre circulación de ideas. No será hasta el siglo XX que esta categoría alcance el rango moral y dejar de ser sólo una consecuencia jurídica.

Libertad de expresión y derecho a la información como fundamentos de la prensa libre hoy

Para comenzar la primera parte del análisis de las actuales categorías de los medios de comunicación es necesario hacer antes algunas precisiones de conceptos que nos permitirán situarnos. El hecho de que en un principio sólo fuese consagrada la libertad de expresión en textos internacionales y jurídicos y no se reconociese el derecho a la información hasta la Declaración de los Derechos Humanos de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) de 1948, postergó la observación y explicitación de las responsabilidades que tanto libertad como derecho entrañan. No fue sino hasta 1950 –el Convenio europeo de Derechos Humanos- que un texto contempló la responsabilidad como un rasgo clave a tener en cuenta en el trabajo de los medios de comunicación.

Una vez conquistada la libertad de expresarse se tomará conciencia de que esa libertad es útil porque existe un derecho y que éste se materializa a través de una prensa libre. Los derechos individuales garantizan el ejercicio de las libertades en sociedad. La doctrina del derecho de la información se refiere a la información, a la prensa y a sus profesionales, y surge en el siglo XVIII con la proclamación de la libertad de expresión en la Revolución Francesa. Sin embargo, pasarán un par de siglos para que llegue a ser valorado el derecho como tal. Al igual que en 1789 en Francia, en la Declaración de Virginia de 1776 en Estados Unidos, sólo se habla de libertad de expresión, sin reconocer explícitamente el derecho²⁶. Posteriormente, con el desarrollo de los medios de comunicación a partir del siglo XIX, cobra sentido incorporar la idea de recibir información, que será recogida en la Declaración Universal de los Derechos Humanos de la ONU en 1948, abriendo paso al entendimiento de la libertad informativa como una función social.

Con la Declaración de 1948 habrá una norma de carácter internacional que define las facultades y proyecciones de este derecho. En su artículo 19 consagra la libertad de expresión y de opinión por separado, y quedan establecidas las tres facultades del derecho: investigar, difundir y recibir información. El artículo dice:

²⁶ Desde la época moderna la reflexión sobre los derechos individuales ha sido central en la filosofía moral, política y jurídica. Ver: THIEBAUT, C: *Conceptos fundamentales de filosofía*, Alianza Editorial, Madrid, 2007p. 34 y p. 35.

*“Todo individuo tiene **derecho a la libertad de opinión y de expresión**; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de **investigar y recibir informaciones y opiniones**, y el de **difundirlas**, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión²⁷”.*

La promulgación de este artículo constituye un momento importante, ya que por primera vez existe una declaración explícita que consagra no sólo la libertad –que terceros no interfieran en la expresión y recepción de información- sino también el derecho –entendido como acto de justicia de recibir aquello que le corresponde al ciudadano- a estar informado: derecho que incluye el “recibir” información, de esta forma se amplía el contexto de la información. Las facultades del derecho a la información son investigar, difundir y recibir, que actúan copulativamente y la limitación de una de ellas supone la limitación del derecho en su totalidad.

Sin embargo, los ciudadanos no ejercen con la misma intensidad las tres facultades; sin duda la que se ejerce con mayor periodicidad es la de recibir información. Hay, entonces, actividades que no son desarrolladas por el sujeto del derecho, las cuales en su mayoría tienen que ver con las facultades de investigar y de difundir: se ejerce regularmente la facultad de recibir y esporádicamente la de investigar y la de difundir. Precisamente por lo importante que es tener información para vivir y tomar decisiones en la sociedad moderna es que existen quienes se dedicarán a satisfacer esta necesidad. Los ciudadanos no han renunciado a su derecho, sino que más bien delegan el ejercicio de dos de sus facultades para asegurar la recepción de información. Para poder desenvolvemos en las complejas sociedades modernas se hace indispensable contar con información: desde el resultado de las elecciones hasta el pronóstico del tiempo, todas son informaciones que necesitamos y buscamos en la prensa para tomar decisiones autónomas, es decir, con conocimiento.

La legitimidad del trabajo del profesional de la información hunde sus raíces en que los ciudadanos necesitan estar informados para vivir en democracia, se trata de un derecho humano que, como tal, intenta asegurar un marco propicio para que se den las discusiones propias de sociedades democráticas y pluralistas en condiciones de igualdad. Desde la invención de la imprenta, con la posterior puesta en marcha del tráfico de mercancías, el desarrollo de las economías y el desarrollo de la burguesía, la información ha sido elemento constitutivo de las sociedades.

²⁷ Artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, ONU 1948. Cfr. Texto completo en <http://www.un.org/spanish/aboutun/hrights.htm>

El titular del derecho a la información es universal, sin distinción de edad, raza, profesión, etc. Sin embargo, en razón de la protección de ciertos sujetos se suele establecer restricciones; por ejemplo, a los menores de edad se les restringen ciertos aspectos de este derecho. También en ocasiones se establecen prerrogativas a favor de minorías culturales, para evitar que la mayoría vulnere el derecho de aquellas; o en otras ocasiones es la seguridad nacional la que restringirá la publicación de determinada información.

Así pues, las tres facultades (investigar, difundir y recibir) operan copulativamente incluso si el sujeto no ejerce las tres con igual intensidad y frecuencia. Cabe aclarar que para que operen copulativamente debe existir la posibilidad de ejercerlas, ya que de no existir esta posibilidad no se puede hablar de derecho. Y esta posibilidad está dada por la vida en sociedades democráticas que garantizan la libertad. El ciudadano necesita libertad para exigir información verdadera, lo que significa contrastada y confirmada con determinados hechos ocurridos y/o fuentes cualificadas. Y necesitamos libertad para exigir información interpretada, procesada por quien tiene en su poder el acceso a los acontecimientos, a poderlos contrastar, contar con opiniones de expertos, datos sobre el contexto, posibles perspectivas y consecuencias que permitan entender los hechos como acontecimientos hilvanados más que como sucesos aislados y desconcertantes. En resumidas cuentas, necesitamos libertad para exigir información de calidad, así como necesitamos información de calidad para poder ejercer la libertad.

Asegurar la permanencia de la facultad de recibir implica que habrá unos cuantos que se dedicarán a investigar y difundir de modo que todos puedan recibir información. Se produce así una delegación: el sujeto universal delega a un sujeto cualificado (el periodista) el ejercicio de dos de las tres facultades de su derecho a información; no hay renuncia al derecho sino que se delega el ejercicio de dos de sus facultades para que el sujeto universal reciba información y satisfaga su derecho. Se trata de una delegación social, ya que no hay contrato de mandato (como habitualmente hay en delegación jurídica). Se trata de una delegación tácita y también general, porque no opera para personas determinadas sino para todos los medios de comunicación y opera para los ciudadanos presentes y para los futuros.

En virtud de esa delegación, el ejercicio profesional se transforma en un deber para el periodista (sujeto cualificado) que, a través de la empresa informativa, debe satisfacer las necesidades de información del sujeto universal de los ciudadanos. A través de dicho mandato, además de garantizar la permanencia de recibir información, se desarrolla un estatuto jurídico para el sujeto cualificado, tanto para los profesionales como para la empresa informativa.

Siguiendo a Aristóteles y su explicación sobre la finalidad de las acciones, deberíamos preguntarnos por la finalidad última del ejercicio profesional del periodista para

dar con su legitimidad²⁸. En razón de lo dicho anteriormente, se puede afirmar que la finalidad última de la actividad que realizan estos profesionales es satisfacer el derecho a la información de quienes han delegado el ejercicio de dos facultades de ese derecho. Se puede agregar que, además, se trata de un acto de justicia doble: por una parte, es justo que el profesional de la información responda con rigor a la delegación en él por parte de los ciudadanos y, por otra, la información siempre es un elemento clave para obrar con justicia: ¿cómo tomar decisiones justas si no se cuenta con conocimiento?

Después de que en 1948 fuese reconocido internacionalmente el derecho a estar informado han existido otros textos de carácter internacional que han reiterado este hecho, precisado algunos aspectos o incorporado otros. En 1950 el Consejo de Europa firmó el Convenio Europeo para la protección de los Derechos Humanos y las libertades fundamentales en Roma. En su artículo 10 el Convenio dice sobre la libertad de expresión²⁹:

*“1. Toda persona tiene derecho a la libertad de expresión. Este derecho comprende la **libertad de opinión y la libertad de recibir o de comunicar informaciones o ideas**, sin que pueda haber injerencia de autoridades públicas y sin consideración de fronteras. El presente artículo no impide que los Estados sometan a las empresas de radiodifusión, de cinematografía o de televisión a un régimen de autorización previa.*

2. El ejercicio de estas libertades, que entrañen deberes y responsabilidades, podrá ser sometido a ciertas formalidades, condiciones, restricciones o sanciones previstas por la ley, que constituyan medidas necesarias, en una sociedad democrática, para la seguridad nacional, la integridad territorial o la seguridad pública, la defensa del orden y la prevención del delito, la protección de la salud o de la moral, la protección de la reputación o de los derechos ajenos, para impedir la divulgación de informaciones confidenciales o para garantizar la autoridad y la imparcialidad del poder judicial”.

El Convenio cambia el objeto de la protección, ya no dice “información y opinión” como decía el texto de la ONU, sino que protege “informaciones e ideas”. No obstante, esto no genera conflicto en tanto se entiende que ambos textos se complementan y no se trata del reemplazo de uno por el otro. Lo interesante es que introduce dos elementos que son centrales: acota y aclara teóricamente aspectos del artículo 19 de la Declaración de la ONU y

²⁸ ROMÁN, B: “Polítics i mitjans de comunicació” en VVAA: *De política i polítis*, pp. 101-111. Barcelona, Centre d’Estudis Jordi Pujol, 2006. I.

²⁹ Cfr. http://constitucion.rediris.es/legis/1950/tr1950-11-04_roma.html

habla por primera vez de responsabilidad, diferencia que desde el punto de vista teórico restringe las facultades de recibir y difundir. Para compensar esta referencia a la responsabilidad que cada uno tiene al difundir, el Convenio europeo alude a la capacidad que tiene la autoridad pública de coartar esta libertad. El rol de la autoridad pública es garantizar que el derecho pueda ser ejercido por todos.

En 1966 será nuevamente la ONU la que dará a conocer un nuevo texto a través del Pacto internacional de los Derechos civiles y políticos. Este pacto “corrige” y precisa algunos aspectos y ambigüedades de la Declaración de Derechos Humanos de 1948, y aunque no supone un cambio significativo, sí lo es desde el punto de vista del alcance, ya que es de carácter supranacional. El nuevo texto reitera la idea de la Declaración de 1948 pero explica el objeto de protección como “informaciones e ideas” igual que el Convenio de Roma de 1950 y reconoce las tres facultades de investigar (excluidas por Roma), de difundir y de recibir.

Estos son los principales textos que tienen importancia a nivel supranacional y europeo. Los estados americanos aportan otra declaración como resultado de la Convención Americana de San José de Costa Rica en 1969. Esta breve reseña de los principales documentos que consagran la libertad de expresión y el derecho a estar informado dan luces de cómo los cambios en la sociedad han ido incorporando matices al entendimiento de estas ideas.

Si volvemos al comienzo y recordamos el artículo 11 de la Declaración de los Derechos del Hombre y del ciudadano de 1789, constataremos que desde entonces quedó pendiente la tarea de definir los posibles abusos que pudiesen cometerse en el uso de la libertad de expresión así como las sanciones correspondientes.

CATEGORÍAS MORALES EN LA PRENSA DEL SIGLO XXI

John Stuart Mill comentaba, a propósito de los cambios producidos por la Revolución Francesa: “Es de esperar que han pasado ya los tiempos en que era necesario defender la ‘libertad de prensa’ como una de las seguridades indispensables contra un gobierno corrompido y tiránico³⁰”. Hoy la libertad de prensa encuentra sus asedios en diferentes focos, no sólo en la posibilidad de un gobierno tirano o corrupto. Seguramente el principal problema de la prensa hoy es su aparente descrédito y la deslegitimización del trabajo periodístico, así como la falta de condiciones que lo resguarden adecuadamente para poder hacer frente a los

³⁰ MILL, J.S: Op.cit, p. 75.

desafíos de la industria mediática. A nuestro parecer, este descrédito y aparente deslegitimización tiene su origen en dos hechos diferentes: en primer lugar, en la falta de excelencia profesional, fenómeno relacionado con la espectacularización de las noticias, la inestabilidad laboral, o la competencia a la que se ven enfrentados medios y periodistas por lograr mejores índices de ventas. En segundo lugar, en el hecho de que las categorías morales que orientaron el trabajo de la prensa cuando ella nació ya no significan lo mismo para los medios, y de ese modo, se intenta categorizar y ordenar la actividad moralmente hablando con categorías vacías de significación o con contenidos que ya no son vigentes.

La época de Mill y de Tocqueville fue tal que el tema de la libertad era objeto de interés general; en efecto, la posición del individuo frente al Estado, la organización social y política, y el papel del individuo en este escenario eran temas de interés social. Los escogimos como narradores de su propia época, por su participación activa en ella, pero también porque al ver sus preocupaciones y observaciones al respecto es posible constatar que “una cosa es el reconocimiento y la conquista de ciertos derechos y otra muy distinta es su realización práctica³¹”.

La situación ha cambiado mucho durante el siglo XX; tal como señala Isaiah Berlin en la introducción a *Sobre la libertad*³², estaba fuera del horizonte de Mill el resultado de la transformación de la sociedad por la que se luchaba en su tiempo –menciona el auge de ideologías dominantes y las guerras entre ellas, el despertar de África y de Asia, la peculiar combinación de nacionalismo y socialismo de nuestra época-. Y claro, este tipo de transformaciones –y muchísimas otras- han tenido repercusiones tanto en el contexto como en la significación de determinadas categorías morales, lo que a su vez se ha traducido en cambios en la manera de hacer del ejercicio del profesional de la información. Se han sucedido muchas alteraciones sociales que, sin lugar a dudas, han modificado el entorno en el cual interpretamos la función de la prensa y las categorías desde donde la valoramos.

Carlos Ruiz resume los principios³³ que la teoría liberal brindó a la misión de la prensa de la siguiente manera:

1. La circulación de información construye democracia.
2. Un pueblo informado e ilustrado es garantía contra el abuso de poder.
3. Si la base del gobierno es la opinión del pueblo, el primer derecho que se debe defender es el derecho a recibir información para formarse esa opinión.
4. La prensa debe cumplir con tres funciones políticas:
 - a) *Ágora mediática* donde circulan las opiniones, lugar de encuentro y reunión.
 - b) *Contrapoder*

³¹ RUIZ, C: Op.cit, p. 142.

³² MILL, J.S: Op.cit, p.22.

³³ RUIZ, C: Op.cit, p. 132 a 138.

- c) *Función de instrucción*, de entrega de contenidos. Al seleccionar los temas, las fuentes y disponer la información de determinada manera se instruye, se “da forma” a los contenidos que se difunden.

A nuestro parecer, aun cuando las condiciones en las que vivimos hayan cambiado tanto, estos principios siguen siendo determinantes para la función de la prensa. Las funciones políticas de la teoría liberal seguirán teniendo vigencia –aun cuando pueden ser actualizadas y completadas si así se estima pertinente- siempre y cuando la satisfacción del derecho a estar informado se produzca adecuadamente. Además, y pese al descrédito de los medios, los procesos de formación de opinión todavía hoy están influenciados por los propios medios.

La función política de la prensa es entregar aquellas informaciones relevantes para vivir en sociedad en condiciones de libertad y de verdad, entregar información de calidad y contextualizada. Sólo los ciudadanos informados están en disposición de tomar decisiones que, efectivamente, evitarán el abuso de poder, no sólo de quienes ostentan el poder político, sino de multinacionales, bancos o empresas, entre otros. Por otra parte, la circulación de información construye democracia en la medida que el pueblo tiene información suficiente para formarse una opinión propia y elegir a sus representantes o denunciar el abuso de poder o el intento de manipulación de los ciudadanos.

La globalización impone nuevos retos al *ágora* de los medios y a la función política. El encuentro que en el *ágora* se produce es ahora multicultural, lo que impone nuevas exigencias que tienen que ser sopesadas y abordadas por los periodistas y por la prensa. En tanto que *contra poder*, resulta indispensable revisar los intereses de los medios de comunicación y los que orientan su trabajo. La ausencia de contrapoder nos remite a la necesaria regulación de la prensa y del trabajo de los periodistas para que no deje de cumplir de manera adecuada la función política. Por otra parte, la función de *instrucción* es cuestionada si se desconfía de su labor, no se ve en la prensa nada que pueda “instruir” a los ciudadanos, la pluralidad de contenidos está determinada por la homogenización de la propiedad y por los “intereses” de la audiencia, que no siempre coinciden tampoco con la importancia de la información.

Después que durante el siglo XIX y a través del XX los medios de comunicación crecieran y se multiplicaran sobre la base de las categorías liberales, la principal influencia que posteriormente han recibido es la de la empresa mediática y sus imposiciones, postergando reflexiones éticas respecto a la validez de los principios que la inspiran y/o de las acciones que hoy se aceptan como usos propios aun cuando sean originados por intereses extra informativos.

Cuando a mediados del siglo XX se reconoce el derecho a estar informado –fuente de legitimidad del ejercicio profesional- eso no redundó en nuevas propuestas para el ejercicio

profesional o la revisión de las categorías que inspiraban ese trabajo. Durante el siglo XX y con la masificación de los medios y el surgimiento de la industria mediática se han suscitado grandes revoluciones y avances desde la técnica, no así desde la ética de los medios.

El siglo que nos separa de John Stuart Mill ha traído consigo cambios muy determinantes: con la globalización y los nuevos medios de comunicación, las nuevas redes comerciales, la inmigración, y tantos otros elementos, hacen que las personas pongan sus ojos en diversos temas e intenten atender hacia diferentes realidades que exceden el propio entorno o ciudad como único mundo.

Tal vez una de las principales dificultades que ahora nos presentan las categorías morales de la prensa es precisamente que muchos conceptos no tienen un solo significado, o éste ha cambiado, por tanto, ya no son herramienta de categorización válida. O si categorizámos con ellas lo hacemos de manera imprecisa, impropia. De esta manera las ideas o pilares que han servido de referencia ya no son lo de antes y, lo que es peor, no sabemos lo que son ahora.

Libertad

La época de Mill exigía la reivindicación y defensa de la libertad de expresión de posibles abusos, en la actualidad su uso indebido en favor de intereses extra informativos hace que en ocasiones haya que defenderse de ella. En nombre de la libertad de expresión se vulneran valores o principios que para otros son relevantes, se utiliza la intimidad de las personas como bandera noticiosa, se permite que las empresas que ponen su publicidad en el horario de los noticiarios centrales de TV participen –indirectamente- de las reuniones de pauta para definir los temas, y otras prácticas que, paradójicamente, “por la libertad de expresión” impiden que se satisfaga el derecho a estar informado y se desnaturalice la profesión.

El atentado contra la libertad vino desde dentro de la prensa; la censura no pudo con la multiplicación de la imprenta, pero el poder de los intereses extra informativos fue cohibiendo el quehacer periodístico dejando que éste se orientara por los requerimientos de las ventas o no necesariamente por los del buen ejercicio profesional. La libertad es condición de la información así como la verdad; si la información no se ha obtenido en libertad –tanto de profesionales como de fuentes e involucrados en el proceso informativo- y su contenido no es verdadero sencillamente no se está informando. La libre circulación de ideas es alimento indiscutible para una prensa libre, pero no se puede defender la libertad para decir cualquier cosa sino para poder informar, y no todo es información. La libertad de expresión tiene límites y estos están en las otras personas, en su libertad y dignidad.

Democracia

La democracia está en la mira de críticos y pensadores. Actualmente la democracia vive una etapa de descrédito como garante de ciertos valores, lo que se evidencia con la apatía reflejada en los bajos índices de participación electoral. La democracia sostenía otros pilares que a su vez la alimentaban y le permitían sobrevivir. Uno de ellos es el derecho a estar informado, por tanto, los cambios que se producen en la democracia también afectan a éste, y si los profesionales de la información abandonan su tarea, contribuyen a que la democracia pierda fuerza y se debilite. La prensa, al desatender su tarea y dejar por ello de contribuir a la vida en democracia, se ha convertido en un sucedáneo de pilar democrático, dejando de lado todos los beneficios que un verdadero pilar significaba³⁴.

El pensamiento y la discusión hoy no tienen la importancia social de antes, es más, valdría la pena preguntarse si son valorados en ámbitos como la escuela, la familia y por supuesto, al interior de la prensa. Lo que ponía en relación a la prensa con la democracia era su labor de dar informaciones relevantes para vivir en sociedad y así colaborar en la formación de la opinión pública.

Aunque no hay una fecha exacta para situar el nacimiento de la opinión pública, diversos autores coinciden en que ésta alcanza reconocimiento jurídico y político cuando opiniones privadas sobre temas públicos adquieren relevancia en lo público³⁵. La conversación era el método y por eso fue sometida a ciertas reglas³⁶; se trataba de un espacio de igualdad. A esta opinión pública Ruiz la llama “coyuntural” y nacería durante la Reforma. Los temas sobre los cuales versaban esas conversaciones eran los asuntos públicos, los de interés para todos o muchos. Hoy, en cambio, el centro de la atención está puesto en las opiniones personales sobre hechos que ocurren en la vida privada de las personas.

Hoy no existe el mismo interés por tener opiniones privadas sobre asuntos públicos, así como tampoco por conocer las de otros ciudadanos o tenerlas en cuenta, sino que más bien la opinión pública se resume en el recuento de votos, en los cálculos y estimaciones respecto de las elecciones o en la compra de algún producto. Ruiz se refiere a esta “modalidad” de opinión pública como “estructural”, y considera que nació a fines del siglo XVIII en EEUU³⁷.

Si bien esta manera de entender la opinión pública no es negativa en sí misma, lo puede ser si sólo contamos con ella y abandonamos la vocación por la conversación, por

³⁴ La prensa liberal nace con la necesidad de contar con el apoyo de los anunciantes. Desde el momento en que la prensa tiene que lidiar con nuevas competencias –primero la radio, luego la televisión, ahora internet-, el periódico pierde anunciantes. Por tanto, ha tenido que buscar nuevas formas de aumentar las ventas; lo curioso es que estas estrategias no han apelado a la calidad del periódico sino a los “regalos” que éste trae consigo. Desde el propio periódico han colaborado al cambio de mentalidad del ciudadano: comprar el periódico por la película, el bolso, las sandalias, etc. ¿Ha faltado imaginación en el periodista para mejorar la calidad del producto?

³⁵ RUIZ, C: Op.cit. p. 68.

³⁶ *Ibidem.* p. 77.

³⁷ *Ídem.*

articular las opiniones de los ciudadanos como una fuerza política más, si no se sirve de la prensa como caja de resonancia. Esto sin reparar en el grave peligro para el pluralismo que significa que la prensa, en lugar de canalizadora de opinión, sea creadora de ella y tenga la hegemonía de la opinión, o bien, se transforme en escenario que da visibilidad sólo a los poderosos, sólo a algunos.

Carlos Ruiz afirma que el concepto filosófico ilustrado de opinión pública, es decir, la conversación entre hablantes que se respetan unos a otros y que están dispuestos a aceptar argumentos del otro si estos son convincentes, no ha muerto.

“Existe idealmente; es decir, continúa siendo el modelo al que deberíamos tender porque es un modelo ético de organización de la sociedad y porque, epistemológicamente, es el que más posibilidades ofrece para formar una opinión que pueda contribuir a ese gobierno de la opinión”³⁸.

Agrega que incluso ese diálogo se ha producido en algunas ocasiones y menciona como ejemplo de ello cuando se produjo el atentado contra las torres gemelas en septiembre de 2001 y el de Atocha en marzo de 2002. En ambas ocasiones, el ciudadano salió a la calle exigiendo su derecho a estar informado porque parecía que el gobierno no era veraz. Luego se han sucedido otros ejemplos, pero se trata de casos concretos, no de una práctica habitual que se produce en la prensa.

Verdad

Hoy el concepto de verdad no es unívoco, no todos entendemos lo mismo por él. Mientras el concepto moderno de verdad entendía que ésta era la adecuación entre el entendimiento de quien se enfrentaba a la realidad y otro entendimiento, el concepto posmoderno de verdad entiende que no hay verdad en sí misma sino interpretaciones. La propuesta de la modernidad crítica –Jürgen Habermas, Karl Otto Apel, entre otros- coexiste con la posmoderna y plantea que existen ambos, tanto verdad como interpretaciones, aunque no adecuación.

Desde el punto de vista de la prensa la verdad tiene un papel que es claro e incuestionable: la verdad es condición de la información. Si la información que se da a través de la prensa no es verdadera, no es información; se puede hablar de error o falsedad, dependiendo de si hay o no intención en la entrega falsa, pero de igual manera no es información. Y decimos que no hay verdad cuando se da un dato falso, así como cuando se entrega sólo parte de la información, o cuando la organizamos de determinada manera para favorecer o no a unos u otros.

³⁸ *Ibidem.* p. 339.

Con independencia de lo que entendamos por verdad, con independencia de cuántas probabilidades creemos que vayamos a tener de acceder a ella, aunque sea a un “poco de ella”, ese poco al que accedemos debe estar contenido en la información.

Responsabilidad

Durante el siglo XIX la responsabilidad moral estaba implícita en cualquier acto porque, como dijimos, el ámbito moral era relevante desde el punto de vista social. Por su parte, tanto hoy como entonces, la responsabilidad se ceñía a los dictámenes de la ley, por tanto, no se valoraba como un elemento a debatir, ya que eso correspondía a los jueces y a aquellos que creaban o interpretaban las leyes.

Hasta ahora la responsabilidad era considerada parte del trabajo de los profesionales de la información en tanto podían ser requeridos judicialmente a demostrar la veracidad de las publicaciones. Sin embargo, no había alusión a la necesidad de responder por el trabajo bien o mal hecho. Tampoco se hablaba de la responsabilidad de los ciudadanos, tal vez porque el ciudadano de entonces tenía un rol social activo y no era necesario increparlo, pero lo cierto es que no se estimaba relevante hacer notar que el público tuviese algún grado de responsabilidad dentro del proceso informativo más que el hacerse de alguna manera con la información que la prensa ponía a su disposición. La responsabilidad por parte del público supone interés, voluntad y conocimiento y no simple recepción de información.

Tanto la libertad de expresión como el derecho a estar informado conllevan responsabilidades: la libertad de expresión encuentra su límite en la libertad del otro, de otros, y algunas de las posibles transgresiones que se producen por su mal uso están estipuladas por ley –por ejemplo, la defensa de la vida privada-. Los límites del derecho a estar informado están dados por su correcta satisfacción y esto recae tanto en el profesional de la información como en el medio, puesto que el ciudadano ha delegado el ejercicio de dos de las facultades de dicho derecho: buscar y transmitir información. La responsabilidad del periodista y del ciudadano es tarea ética pendiente.

COROLARIO DEL CAPÍTULO PRIMERO

El enunciado de un derecho no garantiza su cumplimiento y el derecho a estar informado no está siendo satisfecho correctamente. Carlos Ruiz hace un crudo diagnóstico de la situación de la libertad de prensa³⁹ y lo explica a través de lo que él llama la paradoja liberal: la libertad de prensa, garantía de la democracia, se ha convertido en una amenaza para los derechos fundamentales que debería proteger y no cumple con las tareas asignadas por la teoría liberal.

³⁹ RUIZ, C: Op.cit. p. 17.

Dichas tareas son alimentar el debate social y dar las informaciones necesarias para que los ciudadanos puedan vivir en sociedad. Por la delegación hecha a los profesionales de la información éstos deben satisfacer esa necesidad informativa.

Si dicha satisfacción hoy no se produce es porque los profesionales no están realizando bien su tarea, pero esto no se debe únicamente a la falta de excelencia profesional ni a que la tarea esté deslegitimada, así como tampoco se debe únicamente a los asedios con los que debe lidiar hoy la prensa. Es crucial el hecho de que el contexto ha cambiado; no se trata sólo de los cambios relacionados con la técnica, sino que se trata también de diferentes formas de relación, formas de hacer profundamente distintas y, sobre todo, maneras de entender el mundo que no se asemejan a las de la época de Mill o Tocqueville: entonces el liberalismo era político, hoy gobierna el liberalismo económico y el interés por vender.

El hecho de que los problemas que Tocqueville y Mill vislumbraron no sólo se hayan concretado sino que sigan significando dificultades para la prensa hoy, pone en evidencia la falta de autocrítica y de reflexión de los periodistas y de los dueños de medios. La fuerza desmedida de la opinión de la masa sobre la que advertía Mill o la publicación de contenidos ajenos a la información que preocupaban a Tocqueville (como la vida privada, o el exceso de avisos publicitarios) son ejemplos de esto.

La libertad de prensa no garantiza sociedades más democráticas, no es garantía de pluralidad de fuentes ni de contenidos. La libertad de prensa no logra garantizar los bienes fundamentales de la democracia si no está fundamentada en el derecho a estar informado, es éste el que otorga legitimidad y sentido a la libertad de prensa y a la libertad de expresión. El concepto de prensa que circula hoy continúa siendo, casi intacto, el del discurso liberal económico que se forjó en el siglo XVIII. Sin embargo, en palabras de Ruiz “en sus actuaciones prácticas, la prensa es sólo una foto borrosa de la función política que entonces se le encomendó”. Ruiz critica que la defensa de tan importante derecho se haya entregado a manos de la autorregulación⁴⁰. Pero con sólo crear un contrapoder para el poder de la prensa no sería suficiente; una ley de prensa con sanciones sería efectiva pero, dado que las categorías morales han cambiado, es necesario, además de la iniciativa legislativa, un nuevo marco ético.

Que el derecho a estar informado esté bien satisfecho implica como desafío hoy a) excelencia profesional, trabajo de calidad, y b) un marco ético basado en la responsabilidad tanto de los profesionales como de los ciudadanos, porque es cierto que “no hay democracia sin información veraz, plural e independiente, pero tampoco sin ciudadanos interesados y dispuestos a informarse⁴¹”. La delegación hecha por el ciudadano al periodista es general

⁴⁰ *Ibidem.* p. 33.

⁴¹ *Ibidem.* p.35.

puesto que opera para todos los ciudadanos presentes y para los futuros, lo que sitúa desde el génesis el trabajo de la prensa en el plano de la responsabilidad, como veremos más adelante.

CAPÍTULO II

EL ROL DE LA PRENSA EN LAS DEMOCRACIAS ACTUALES

La teoría liberal dotó de una función y de una legitimidad social a la prensa y a los medios de comunicación en general. No obstante, como ya hemos dicho, su legitimidad ha sido cuestionada y se sospecha de su función en los actuales contextos sociales. La función designada por la teoría liberal y los conceptos que ella conlleva se han visto trastocados, mientras seguimos usando un vocabulario y unas categorías morales cuyos contenidos ya no significan lo que en antaño.

Por ello planteamos la necesidad de definir desde dónde pretendemos reinterpretar los conceptos propuestos por la teoría liberal, para desde ese nuevo o reinterpretado lugar explicar qué tipo de prensa puede colaborar a la vida democrática de las sociedades actuales. En este escenario y ante la exigencia de hacer explícito el lugar desde el cual hablamos, hemos escogido dos propuestas contemporáneas de interpretación de la vida democrática para poner en evidencia qué modelo de prensa se desprende de ellas y la función que se le asigna. Richard Rorty y su propuesta pragmática y Jürgen Habermas y el proyecto de la modernidad crítica son los escogidos para discutir qué modelo de prensa responde mejor a la función y al encargo hecho por la teoría liberal de dar a los ciudadanos información relevante para vivir en sociedad.

LA PROPUESTA PRAGMÁTICA DE RICHARD RORTY

Aunque en algunos aspectos Rorty se distancia de las ideas de Charles Sanders Peirce o William James, es en el pragmatismo donde encuentra los fundamentos de su propuesta democrática para el siglo XXI. Los pragmáticos generalmente sostienen que la vigencia y la validez de una idea deben ser medidas por su utilidad o eficacia para lidiar con un problema dado. Esta noción se remite, especialmente, a William James quien en su libro *Pragmatismo* estableció que las ideas deben ser consideradas no cómo válidas en sí mismas sino como "guías para la acción".

La propuesta rortiana se basa en la esperanza como aspiración y meta que moviliza las dinámicas sociales y que mantiene unidas a las sociedades. Asimismo, dicha propuesta pretende encontrar su fortaleza en la experiencia que la "filosofía" basada en la esperanza ha tenido en Estados Unidos. Rorty explica que, según los padres del pragmatismo, James y

Dewey, esto equivaldría a una norteamericanización de la filosofía, dado que Estados Unidos es, en su opinión, el país que cuenta para su razón y justificación sólo con el futuro⁴².

En términos generales, para situar el pensamiento de Rorty dentro del pragmatismo podemos decir que se aferra al rechazo de las antiguas distinciones binarias –sujeto/objeto, cuerpo/mente, etc.- por tratarse de una propuesta añeja y reduccionista: rechaza la simplificación de la realidad a dos alternativas unívocas. Recomienda reemplazar el tipo de conocimiento que los filósofos esperan alcanzar por la esperanza⁴³, así como eliminar la distinción pasado/futuro. Confía en la experiencia democrática que ha tenido su país, así como en lo que él define como un estado de ánimo progresista, esperanzador y experimental predominante en Estados Unidos.

Al igual que muchos de sus compatriotas, Rorty se siente orgulloso del legado que hicieron a la democracia de Estados Unidos los padres fundadores, respeta su herencia y la propone como un modelo a seguir. Thomas Jefferson es un paradigma en la claridad para exponer los principios que inspiraron la Declaración de la Independencia de Estados Unidos, los mismos principios que pretenden ser todavía hoy una guía para la vida política de ese país.

Aunque la propuesta de Rorty se enmarca en el pragmatismo clásico, hace algunas precisiones que alejan –tal como él mismo aclara en sus textos- sus propuestas del pragmatismo clásico⁴⁴. Rorty cuestiona la filosofía basada en la metafísica dado que ésta le parece obsesionada con ponerse en un lugar privilegiado desde el cual someter y limitar toda la realidad bajo el juicio soberano de una razón omnipotente.

Haremos una aproximación a la propuesta de Rorty para intentar desglosar el papel que le otorga a la prensa dentro de su proyecto democrático, que según lo explica Felipe Curcó se define en torno a los siguientes ejes⁴⁵:

- a) Un compendio de valores ilustrados sin su carga metafísica.
- b) Oposición al esencialismo.
- c) Sociedad democrática, solidaria, tolerante y plural.

Rorty define al ciudadano liberal como aquel que se reconoce históricamente situado y desde dicho reconocimiento puede vislumbrar en sus prácticas un potencial, una posibilidad

⁴² RORTY R: *¿Esperanza o conocimiento? Una introducción al pragmatismo*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2001, p.21.

⁴³ *Ibidem*. p. 27.

⁴⁴ En *¿Esperanza o conocimiento? Una introducción al pragmatismo* Rorty aclara que aunque concuerda con las ideas de Dewey sobre la naturaleza de la verdad, el conocimiento, la racionalidad, la moralidad o en considerar a la filosofía como un instrumento para el cambio y no para la conservación, hay cosas que los distancian. Por ejemplo, mientras el pragmatismo clásico se centra en la experiencia y suponen algo llamado “el método científico”, para Rorty el lenguaje tiene un papel más importante que la experiencia de modo que no considera al método científico como el camino privilegiado para obtener esas experiencias.

⁴⁵ CURCÓ F: *De zorras y erizos (Ironía y democracia liberal en Richard Rorty)*. Tesis doctoral presentada en la Facultat de Filosofia, Universitat de Barcelona, 2007, p. 48.

de universalidad, pero no la necesidad de que sean universales. Rorty descarta la obligación de universalizar prácticas, de pensar en algo como una naturaleza humana o de un concepto unívoco de verdad. Es por ello que plantea que la verdad no pueda ser relevante para la política democrática, y exhorta a que este ciudadano más bien se ciña a la justificación⁴⁶. Dentro del campo de acción del ciudadano liberal, Rorty separa el ámbito privado del ámbito público; en el primero todo es posible y es el ámbito de las creencias, mientras en el segundo debe primar una especie de religión civil, que es lo que llama sentido común liberal democrático⁴⁷.

Siguiendo con esta línea argumentativa, Rorty entiende la función de las instituciones democráticas de la siguiente manera:

“(...) no deberíamos esperar ni querer que nuestras instituciones públicas tuviesen una fundamentación filosófica firme, una conexión con la naturaleza de la realidad o la verdad. En lugar de creer que estas instituciones son ejemplificaciones de verdades eternas deberíamos de pensar que son herramientas que se justifican por el éxito que demuestran tener a la hora de promover los propósitos democráticos que estamos interesados en realizar⁴⁸”.

A continuación desarrollaremos las ideas que inspiran la concepción de democracia de Richard Rorty para, a partir de ellas, entender la función que la prensa tendría en el proyecto pragmático rortiano. Luego comentaremos críticamente dicha función.

Ejes conceptuales

Contingencia

Rorty afirma que para entender al ser humano hay que hacerlo desde la contingencia y no desde la necesidad o sustancialidad, es decir, asume que tanto el Yo como la realidad y las explicaciones que damos de ella podrían ser de otra manera. En este sentido dice que más vale sustituir la pregunta ¿en qué consiste ser hombre? por otras, como por ejemplo ¿en qué consiste vivir en una sociedad democrática del siglo XX⁴⁹? Este giro ayudaría a liberarnos de la teología y de la metafísica, dos grandes obstaculizadores, según la perspectiva rortiana.

⁴⁶ *Ibidem.* p. 15.

⁴⁷ *Ibidem.* p. 6.

⁴⁸ *Ibidem.* p.16.

⁴⁹ RORTY R: *Contingencia, ironía y solidaridad*. Paidós, Barcelona 1991. Título original: *Contingency, irony and solidarity*. Cambridge University Press, Nueva York, 1989, p. 15.

La contingencia nos señala que no tiene sentido pensar en algo más allá de lo que somos capaces de explicarnos hoy en un contexto dado; por eso es que pensar en la realidad como algo ahí fuera independiente de quien pueda describirla, un ser superior o un yo trascendente, no hace sino limitar a las personas y confundirlas. En este sentido, el historicismo y el contextualismo son sus opciones y nos invita a no buscar profundidad o relevancia en los acontecimientos sino a entenderlos dentro de su contexto, como hechos culturales.

A la luz de estas reflexiones sobre la contingencia, Rorty cree que equivocadamente hemos intentado dotar, por ejemplo, a la Declaración Internacional de los Derechos Humanos de una preeminencia vacua que, además, puede en ocasiones ser producto de instrumentalizaciones políticas⁵⁰. Por ello se inclina por interpretar ese tipo de reconocimientos como hechos culturales; no son el resultado de un mayor conocimiento moral sino el resultado de las tristes historias que han vivido las personas. De la misma manera, las costumbres como tales tienen sus fundamentos sólo en la cultura, en su determinado contexto y no podemos intentar entenderlas fuera de él. Y no sólo la costumbre, sino que también los conceptos morales, como el de justicia por ejemplo, son contingentes y dependientes de un determinado lugar y tiempo. El individuo es contingencia histórica y depende del acuerdo transitorio acerca de qué actitudes son normales y qué prácticas justas o injustas.

Para entender la propuesta de prensa que se desprende del planteamiento rortiano es imprescindible comprender tanto el concepto de contingencia como el de ironía y el de solidaridad. Y no sólo porque los tres juntos son el título de una de las obras de Rorty, sino porque son ideas pilares de su propuesta.

Ironía, Ironista, Ironista liberal

La Ironía⁵¹ es entendida como una cualidad de las personas, de los ciudadanos, que hace que éstas sientan un radical desprendimiento de sí mismas, desprendimiento que se produce precisamente porque el Yo es contingente⁵². Agrega Rorty que la Ironía tiene cierto carácter epistemológico porque conecta al sujeto con su *Léxico último* –más adelante abordaremos también su definición- o valores fundamentales de su cultura. De ahí que incluso diga que la ironía tiene carácter ético.

El léxico último es un “conjunto de palabras que todos los seres humanos llevan consigo y emplean para justificar sus acciones, sus creencias y sus vidas⁵³”. Se trata del

⁵⁰ Cfr. RORTY R: *Objetividad, relativismo y verdad*. Paidós, Barcelona, 1996.

⁵¹ RORTY R: *Contingencia, ironía y solidaridad*. Op.cit. p. 91.

⁵² *Ibidem*. p. 92.

⁵³ *Ibidem*. p. 91.

vocabulario del cual obtenemos elementos para justificar, por tanto, conecta con las creencias personales, con las ideas y valores a las cuales se adhiere, pero en determinado momento y lugar, dado que todo, incluso el léxico último, es contingente. Le llama “último” porque si al usarlo tenemos dudas respecto de él, no tenemos recursos argumentativos para dar cuenta de ellos, salvo que sean circulares. Parte del léxico último pueden ser palabras tales como “Cristo”, “Inglaterra”, “La revolución”, “El libre Mercado”, etc.

Rorty define al Ironista como:

“(…) personas que reconocen la contingencia de sus creencias y de sus deseos más fundamentales: personas lo bastante historicistas y nominalistas para haber abandonado la idea de que esas creencias y esos deseos fundamentales remiten a algo que está más allá del tiempo y del azar⁵⁴”.

Afirma que para que una persona sea Ironista debe cumplir tres condiciones:

- a) Tener dudas radicales y permanentes acerca del Léxico Último que utiliza, justamente porque el hecho de estar en contacto con los léxicos últimos de otras personas le hacen dudar de manera constante.
- b) Se da cuenta de que esas dudas que le surgen no pueden despejarse con su propio Léxico Último, no puede confirmarlas ni resolverlas.
- c) A medida que reflexiona sobre su situación, no piensa que su léxico se encuentre más cerca de la realidad que otros o que esté en contacto con una realidad distinta de él mismo⁵⁵. Un Ironista sólo enfrenta léxicos para enfrentar lo viejo con lo nuevo, ése es su único interés⁵⁶.

Rorty puntualiza aún más la figura del *Ironista liberal* al considerar su situación en la vida en sociedad, en su relación con otros. Por ello habla del *Ironista liberal* como de personas que incluyen entre los deseos imposibles de fundamentar sus propias esperanzas de que el sufrimiento disminuya y de que la humillación de seres humanos por obra de otros seres humanos cese⁵⁷. Porque según Rorty la única aspiración que podemos tener es la de disminuir la crueldad y el sufrimiento de los demás, y el Ironista Liberal se compromete con ello a la vez que comprende la contingencia de su propio compromiso, de lo que advierte Rorty se desprende la Ironía, incluso sabiendo que dicho compromiso es frágil. En sus palabras:

⁵⁴ *Ibidem.* p. 17.

⁵⁵ *Ibidem.* p. 91.

⁵⁶ *Ibidem.* p. 92.

⁵⁷ *Ibidem.* p.17.

“El hecho que el ironista tenga dudas acerca de su léxico (él reconoce la contingencia y fragilidad de sus creencias más fundamentales) y éstas no puedan ser resueltas con argumentos del mismo léxico ni de otro, hacen que el ironista no se tome a sí mismo demasiado en serio, por la contingencia de su léxico y por ende de su yo⁵⁸”.

El sujeto y los ciudadanos de la sociedad liberal perciben la contingencia de su lenguaje, de su deliberación moral, de su conciencia y de su comunidad. Para el Ironista Liberal no hay respuestas teóricas para preguntas como por qué no ser cruel o cómo saber cuándo dedicarse a la lucha contra la injusticia o a los proyectos privados. El que cree que hay respuestas teóricas bien fundadas para estas preguntas u otras es un teólogo o un metafísico, figuras que Rorty rechaza⁵⁹ precisamente por no poner en duda el léxico último que utilizan, así como tampoco la creencia de que existe una realidad única y permanente que puede hallarse detrás de las múltiples apariencias transitorias.

Dice Rorty que “los metafísicos piensan que los seres humanos quieren por naturaleza conocer. Piensan eso porque el léxico que han heredado les proporciona una imagen del conocimiento como una relación entre seres humanos y realidad⁶⁰”. Al Ironista lo único que lo une con el resto de la especie es la capacidad de experimentar dolor y, en particular, la forma de dolor que para Rorty es propiamente humana: la humillación⁶¹. Es un dolor propiamente humano puesto que es un dolor que sufrimos al vernos expuestos ante nuestros pares, tiene que ver con la exposición de las personas en sociedad. Por otra parte, el metafísico va más allá respecto de las redescriptiones; al Ironista le basta con preguntarse ¿qué humilla?, en tanto que el metafísico se pregunta ¿por qué debo evitar la humillación? Asimismo, difieren en la manera de ver la conexión entre esperanza pública e ironía privada⁶²; un metafísico tal vez no vea dicha conexión, pero para Rorty es clara, dado que la Ironía es la aceptación de la propia contingencia que una persona pueda hacer –y que es parte del ámbito privado-, en tanto la esperanza es la respuesta a esa constatación. En otras palabras, se trata de la esperanza compartida con los otros ciudadanos, esperanza en que el sufrimiento disminuya.

El liberalismo del Ironista no consiste en la devoción hacia palabras en particular, sino en su capacidad para captar la función de muchos conjuntos de palabras⁶³. Esta distinción

⁵⁸ Ibidem. p. 91.

⁵⁹ Ibidem. p. 17.

⁶⁰ Ibidem. p. 94.

⁶¹ Ibidem. p. 110.

⁶² Ibidem. p. 109.

⁶³ Ibidem. p. 112.

le ayudará a explicar por qué la filosofía ironista no ha hecho ni hará mucho por la libertad o la igualdad, y por qué, a su parecer, la literatura, la etnografía y el periodismo están haciendo muchísimo: porque narran el dolor sufrido por otros.

Aquí nos detendremos un momento para subrayar el hecho de que en la sociedad liberal definida por Rorty el periodismo tiene valor en tanto hace narraciones del dolor de otros, lo que refuerza –o al menos debería hacerlo– la aspiración de solidaridad y permite la identificación con los otros. En otro sitio afirmará que la prensa entre otros, como el poder judicial, las elecciones o las universidades, es un lugar propicio para que se genere la libre discusión⁶⁴. Más adelante retomaremos esta idea a la hora de discutir sobre el rol de la prensa que se desprende del planteamiento rortiano.

Mientras “Habermas y otros piensan que las libertades políticas liberales requieren de cierto consenso acerca de lo que es universalmente humano⁶⁵”, los Ironistas, que también son liberales, piensan que esas libertades no requieren de más consenso que el de su deseabilidad, que es algo que Rorty da por sentado.

Solidaridad

La solidaridad es aquello a lo que las personas tenemos que aspirar en la vida en sociedad. No depende de la participación de una verdad común o en una meta común, sino en compartir una esperanza egoísta común: la esperanza de que el propio mundo no será destruido⁶⁶. Rorty desarrolla esta idea llevándola al plano moral, diciendo que tenemos la obligación moral de experimentar un sentimiento de solidaridad con todos los demás seres humanos⁶⁷. Su punto de partida es la doctrina que entiende la obligación moral como “intenciones-nosotros” explicada por Wilfrid Sellars. La fuerza moral de esta idea radica en sentirse parte de un grupo, es decir, en pensar que “uno de nosotros” tiene más fuerza que pensar en cualquiera como “gente como nosotros”⁶⁸. Lo explica a través del siguiente ejemplo:

“(…) si los liberales norteamericanos nos dicen que hay que mejorar la situación de los jóvenes negros en las ciudades estadounidenses porque son seres humanos, se puede decir, pero es mucho más persuasivo tanto desde el punto de vista moral como político, describirlos como compatriotas, como estadounidenses, insistir en que es una afrenta que un estadounidense tenga que vivir sin esperanzas⁶⁹”.

⁶⁴ Ibidem. p. 102.

⁶⁵ Ídem.

⁶⁶ Ibidem. p. 110.

⁶⁷ Ibidem. p. 208.

⁶⁸ Ídem.

⁶⁹ Ibidem. p. 209.

El sentimiento de solidaridad se fortalece cuando se considera que aquel con el que expresamos ser solidarios es “uno de nosotros”, donde “nosotros” significa algo más acotado que la raza humana⁷⁰. Asimismo Rorty hace una diferencia entre la obligación moral y aquello que resulta de manera natural, donde dar de comer a los propios hijos sería algo natural y, en cambio, preocuparse de dar de comer a un extraño es resultado de sentir una obligación moral.

Rorty considera que la contingencia, la ironía y la solidaridad no pertenecen al género de la filosofía sino más a la crítica literaria, que es la única forma en que un discurso puede tener relevancia moral en nuestra cultura post filosófica. Será a través de la literatura y del hecho de sentirnos parte de un “nosotros” lo que hará que un discurso pueda implicar a los ciudadanos. La sociedad liberal necesita literatura y no filosofía.

Utopía liberal

Se refiere a aquella en la que la meta de la solidaridad humana se alcanzará, no a través de la investigación, sino por medio de la imaginación, a través de la cual lograremos ver a los extraños como compañeros en el sufrimiento. La imaginación se crea incrementando la sensibilidad ante el dolor y la humillación de seres humanos distintos⁷¹. Se trata, en definitiva, de considerar a los seres humanos como “uno de nosotros” y no como “ellos”. Esta identificación, reconocernos en el dolor del otro, se puede dar a través del informe periodístico, drama documental, historietas y, especialmente, en la novela. Conocemos a través de ellas formas de crueldad de las que somos capaces y así nos redescubrimos a nosotros mismos. “Ésa es la razón de por qué la novela, el cine y la televisión poco a poco, pero ininterrumpidamente, han ido reemplazando al sermón y al tratado como principales vehículos del cambio y del progreso moral⁷²”.

Verdad

Rorty sitúa en la Revolución Francesa el momento en el que en Europa se comienza a creer que la verdad es algo que se construye más que algo que se halla: la Revolución Francesa demostró que el léxico de relaciones sociales e instituciones pueden ser cambiados⁷³. Hacer esta puntualización resulta relevante porque, además de ser un concepto neurálgico para la función de la prensa, refuerza la propuesta rortiana al explicitar también la contingencia del lenguaje.

⁷⁰ Ídem.

⁷¹ Ibídem. p. 18.

⁷² Ibídem. p. 18.

⁷³ Ibídem. p. 23.

Para Rorty el pragmatismo disuelve y desarticula el tradicional problema de la verdad al plantear que ésta no tiene uso explicativo, sino los siguientes usos⁷⁴:

- a) Como aval o apoyo.
- b) Como advertencia en observaciones como “su creencia en S está completamente justificada pero quizás no es verdadera”.
- c) Como referencia divergente para decir cosas metalingüísticas de la forma “S es verdadera si y sólo si....”.

Rechaza que la verdad sea un deseo universal⁷⁵, una aspiración común, así como que tenga determinada correspondencia con la realidad y que ésta tenga una naturaleza intrínseca⁷⁶. “El error es creer que verdadero necesite definición⁷⁷”, sentencia, a la vez que advierte de la necesidad de distinguir entre la afirmación de que “el mundo está ahí fuera” y la afirmación de que “la verdad está ahí fuera”. Decir que el mundo está ahí fuera significa que la mayor parte de las cosas que se hallan en el espacio y en el tiempo son efectos de causas entre las que no figuran los estados mentales humanos⁷⁸. Sin embargo, según Rorty, la verdad no está ahí fuera porque no puede existir fuera de la mente humana: donde no hay proposiciones no hay verdad, las proposiciones son elementos del lenguaje humano y estos son creaciones humanas. El mundo está afuera pero la descripción del mundo no, por tanto, sólo las descripciones del mundo pueden ser verdaderas o falsas. Y sobre las descripciones y su aspiración de verdad puntualiza:

“Nunca sabremos con certeza si una determinada creencia es de verdad o no. Pero sí podemos estar seguros de que nadie es capaz de formular una objeción residual en su contra y que, en cambio, todo el mundo coincide en defenderla⁷⁹”.

En su proyecto democrático, Rorty pone en relación la verdad con la vida en sociedad como parte de la libre discusión:

“Desde nuestra perspectiva, lo único que importa para la libertad política liberal es la convicción ampliamente compartida de que, como he dicho en el capítulo tercero, llamaremos “verdadero” o “bueno” a todo lo que resulte de la libre discusión; de

⁷⁴ RORTY R: *Objetividad, relativismo y verdad*. Op.cit. p. 175.

⁷⁵ RORTY, R: *El pragmatismo, una versión. Antiautoritarismo en epistemología y ética*. Editorial Ariel Filosofía, Barcelona, 2000, p. 79.

⁷⁶ *Ibidem*. p. 80.

⁷⁷ RORTY R: *Objetividad, relativismo y verdad*. Op.cit. p. 174.

⁷⁸ RORTY R: *Contingencia, ironía y solidaridad*. Op.cit. p. 25.

⁷⁹ RORTY, R: *El pragmatismo, una versión. Antiautoritarismo en epistemología y ética*. Op.cit. p. 80.

que si cuidamos o no de la libertad política, la verdad y el bien se cuidarán de sí mismos⁸⁰”.

Quisiéramos destacar que a Rorty le parece una convicción ampliamente compartida que lo “verdadero” o lo “bueno” puede resultar de la libre discusión. Se trataría entonces de valores o ideales que se alcanzan en la vida en común, es decir, son de alguna manera deseables para la vida en sociedad.

Sustituciones conceptuales

La propuesta de Richard Rorty no se completa si no se entienden algunas sustituciones conceptuales que expone. No pretendemos abordar aquí todos los aspectos de su propuesta, sólo trataremos las ideas referentes al funcionamiento de la democracia para entender el papel de la prensa en las complejas sociedades actuales.

Universalismo v/s etnocentrismo

Esta primera sustitución enmarca la propuesta rortiana, dado que permite entender muchos de sus conceptos. Ante las aspiraciones universalistas de los metafísicos, la propuesta del filósofo estadounidense consiste en aceptar que somos seres contingentes y en entender la historia del ser humano como constantes evoluciones –en el sentido darwiniano- y/o cambios contingentes. Antiesencialismo, nominalismo, contextualismo y etnocentrismo, este es el marco de interpretación del ironista liberal, del ciudadano de la sociedad democrática pragmática.

Rorty rechaza el “yo” postulado por Kant y su universalismo ilustrado; para Rorty el “yo” no es más que un producto histórico⁸¹ y es tarea de cada uno. El aglutinante social que mantiene unida a la sociedad liberal ideal descrita por Rorty consiste en que la organización social dé a todos la posibilidad de crearse a sí mismos según sus capacidades, y esa meta requiere, además de paz y prosperidad, contar con las libertades burguesas clásicas⁸². Por el contrario, preocuparse por buscar universalismos sólo desvía la atención y el interés de esta tarea.

Para Rorty preguntarse si las afirmaciones dependen del contexto o son universales tampoco tiene mucha importancia, puesto que el hecho de ir a favor de una alternativa en vez de la otra no tiene ninguna relevancia de orden práctico. Como ya comentamos, el Ironista

⁸⁰ RORTY R: *Contingencia, ironía y solidaridad*. Op.cit. p. 102.

⁸¹ RORTY R: *Objetividad, relativismo y verdad*. Op.cit. p. 258.

⁸² RORTY R: *Contingencia, ironía y solidaridad*. Op.cit. p. 102.

Liberal se reconoce históricamente situado y aunque puede reconocer un potencial o posibilidad de universalismo no es ahí donde debe centrarse porque no es lo relevante.

Verdad v/s Justificación

La propuesta rortiana prescinde de la verdad dado que ésta no puede ser reconocida una vez obtenida. En cambio, sí nos damos cuenta cuando nos encontramos ante una justificación; podemos reconocer una justificación adecuada pero no una verdad precisa, no sabemos si una creencia es verdadera en términos absolutos pero sí que nadie puede formular una objeción en su contra⁸³, que nadie puede dar una mejor justificación. La afirmación de Rorty es rotunda: “La verdad es irrelevante para la democracia política y por tanto, su búsqueda debe ser reemplazada por la búsqueda de justificación y de acuerdo⁸⁴”. La justificación considera la pregunta ¿para qué sirve? en determinado momento y lugar. Por tanto, las normas de aceptabilidad son históricas y cambian.

Así como desestima la necesidad de hablar de verdad en el diálogo social, la rechaza también como finalidad de la investigación. Según la perspectiva de Rorty, la investigación debe estar orientada a:

- a) Resolver problemas
- b) Convencer auditorios y/o
- c) Conseguir lo que queremos

Explica que “Todo nuestro conocimiento es conocimiento bajo descripciones que resultan adecuadas para nuestros propósitos sociales corrientes⁸⁵”, no tiene una necesidad de trascendencia o permanencia ni infabilidad implícita atribuible a la manera de entender la verdad como meta de la investigación.

Objetividad v/s intersubjetividad

Así como rechaza la idea de verdad como correspondencia, rechaza también la distinción entre objeto y sujeto. Su propuesta es sustituir la objetividad, entendida como representación exacta por la intersubjetividad, lo que implica asumir que no hay un modo de ser del mundo independiente de la descripción que de él hagan los seres humanos.

Democracia v/s filosofía

Rorty define la democracia como el libre intercambio de opiniones sin que éste redunde, o tenga necesariamente que redundar, en un acuerdo universal. Explica que en cuanto ciudadanos –herederos de la Ilustración- y en cuanto teóricos sociales, podemos ser tan

⁸³ CURCÓ F: Op.Cit. p. 14.

⁸⁴ Cfr. RORTY R: *¿Esperanza o conocimiento? Una introducción al pragmatismo*. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2001.

⁸⁵ RORTY R: *¿Esperanza o conocimiento? Una introducción al pragmatismo*. Op.cit. p. 45.

indiferentes hacia los desacuerdos filosóficos sobre la naturaleza del yo como lo fue Jefferson hacia las diferencias teológicas sobre la naturaleza de Dios⁸⁶. Tanto en un caso como en otro se trata de creencias que deben permanecer en el ámbito privado, del que cada quién es dueño y en el que todo puede suceder. Pero entender la verdad en un sentido platónico como “un orden que nos antecede y nos ha sido dado⁸⁷”, sencillamente es irrelevante para la democracia política. Y por lo mismo también lo es la filosofía como explicación de las relaciones existentes entre un orden dado y la naturaleza humana. Es por esto, y por las repercusiones que en definitiva una y otra tienen para la vida en sociedad de los ciudadanos, que Rorty concluye que “cuando entran en conflicto, la democracia tiene prioridad sobre la filosofía⁸⁸”.

Al constatar que no se pueden obtener de la filosofía respuestas convincentes y prácticas a la hora de orientar las relaciones sociales, propone que sea la democracia, entendida como método de obtención de acuerdos concretos, la guía de las relaciones en sociedad. En este sentido, los consensos son tarea, meta, pero no pueden ser considerados como una presuposición del diálogo intercultural; para Rorty el consenso no es el punto de partida, sino el de llegada.

El énfasis del proyecto rortiano está en la esperanza que une a los ciudadanos, aunado a la actitud irónica de éstos –producto de la constatación y experimentación de la constante contingencia- y a la posibilidad de alcanzar acuerdos o no a partir de los léxicos compartidos. Por ello afirma que “La idea de que lo que mantiene unidas a las sociedades liberales son las creencias filosóficas me parece ridícula. Lo que mantiene unidas a las sociedades son los léxicos comunes y las esperanzas comunes⁸⁹”.

Conocimiento v/s Esperanza

Seguendo con su propuesta pragmática, Rorty invita a reemplazar el conocimiento por la esperanza, lo que equivale a abandonar la búsqueda de fundamentos a las propias creencias para pensar en alternativas a las creencias actuales. “Para retener la esperanza social los miembros de las sociedades modernas, cultas, seculares deben ser capaces de narrarse a sí mismos una historia acerca del modo en que las cosas podrían ir mejor y no ver obstáculos insuperables que impidan que esa historia se torne realidad⁹⁰”.

Se trata de dejar de preguntarse si lo que creo está bien fundado para, en cambio, preguntarse si he sido imaginativo para pensar alternativas a las propias creencias. Dirá Rorty que, dado que no hay un orden natural de las razones para justificar las creencias, no hay una

⁸⁶ Cfr. RORTY R: *Objetividad, relativismo y verdad*, Paidós, Barcelona, 1996, p. 248. Título original: *Objectivity, relativism and truth. Philosophical papers Volume I*, Cambridge University Press, 1991.

⁸⁷ Cita a Rawls en la explicación que da de verdad en este sentido platónico.

⁸⁸ RORTY R: *Objetividad, relativismo y verdad*. Op.cit.p. 261.

⁸⁹ RORTY R: *Contingencia, ironía y solidaridad*. Op.cit. p.104.

⁹⁰ Ídem.

actividad llamada conocimiento⁹¹. Sólo existe el proceso de justificar las propias creencias ante una determinada audiencia. Que una descripción sea mejor que otra significará que dispone de instrumentos más útiles. La meta de la indagación⁹², dirá Rorty en *Esperanza y Conocimiento*, es la utilidad, y existen tantos instrumentos como propósitos a satisfacer. Asimismo, las justificaciones están inevitable y unívocamente conectadas con la audiencia ante la cual se expresan.

La filosofía ha sido el intento de otorgar al pasado el prestigio de lo eterno⁹³. Rorty está con Dewey en que la filosofía tiene que desviar la atención de lo eterno hacia el futuro. Y esta mirada hacia el futuro es lo que une a los ciudadanos y los hace solidarios.

El rol de la prensa en Rorty

La pregunta que le hacemos a Rorty es por el papel de la prensa en una tecnocracia, es decir, en las democracias sometidas al vaivén de las sociedades de la información y toda la tecnología que eso conlleva. Por una lado, la prensa puede ser parte del sistema, dejándose guiar por lo que dicte el mercado dentro de la industria de las comunicaciones o, por otro, puede cumplir el rol crítico y de defensa activa de la democracia. Creemos que Rorty, al igual que nosotros, se inclinaría por la segunda alternativa, pero no compartimos las razones del filósofo estadounidense para hacerlo. Dicho de otro modo y en términos pragmáticos, para justificar el papel de la prensa en las democracias actuales nos parece insuficiente apelar a que colaboren al buen funcionamiento de la democracia, sobre todo porque cuestionamos el modo en que se lleva a cabo esa colaboración y al tipo de democracia que finalmente colaboran.

Si consideramos a la prensa como una institución democrática a la rortiana, es decir, como herramienta que se justifica por el éxito que tenga a la hora de promover los propósitos democráticos que estamos interesados en realizar, y no definimos qué significa alcanzar ese “éxito”, corremos el riesgo de que se transformen en una fuente más de entretenimiento. Y no es eso lo que Rorty propone. Rorty plantea una reformulación de cómo la prensa ejerce su función para la vida democrática, pero no niega ni rechaza que efectivamente tengan una función democrática. Pero al dejar dicha función sin fundamentar, la prensa no se justificará por el papel que desempeñe en la vida democrática o por si hace bien su trabajo.

Rorty invita a evaluar el funcionamiento de las instituciones democráticas a partir del éxito o fracaso que obtenga en el futuro hacia el cual uno se dirige. Pero si se intenta definir ese éxito o fracaso se hará también desde un determinado lugar (geográfico, histórico,

⁹¹ RORTY R: *¿Esperanza o conocimiento? Una introducción al pragmatismo*. Op.cit. p. 32.

⁹² *Ibidem*. p. 53.

⁹³ *Ibidem*. p.17.

personal, orientado por unos valores, en determinado contexto, etc.). Los consensos fácticos, culturales, históricos que hacemos en el presente y que acaban planificando el futuro de otros ¿no resultan dogmáticos para aquellos que están fuera del consenso (generaciones futuras, por ejemplo)? Por otra parte, esta interpretación de las instituciones democráticas aplicada a la prensa podría resultar arriesgada por potenciar la existencia de un pensamiento, de una forma de ver las cosas, incluso de una manera de informar, dominante y única: “el que tiene éxito”, pero una sólo.

Tal vez sin darse cuenta, Rorty expone un proyecto con bastantes fundamentos, muchos más de los que él quisiera. Su propuesta gira en torno a la Ironía y, como dijimos antes, a ésta le asigna incluso un carácter ético y al hacerlo está fundamentando, está dejando un aspecto fuera de la contingencia. Si dejamos que la Ironía sea la cualidad ciudadana que rijan, por ejemplo, el funcionamiento de la prensa, ¿podría ésta informar sobre cosas que no son verdad? ¿Podría dejar de hacerlo? Alguien podría decir que la prensa ya informa sobre cosas que no son verdad y al hacerlo desinforma a los ciudadanos, pero la diferencia es que eso a Rorty no le parecería relevante. ¿O sí? Rorty se toma en serio la misma ironía.

Antes mencionamos que Rorty desestima tanto la necesidad de hablar de verdad en el diálogo social como el considerarla como finalidad de la investigación, dado que ésta sólo debe estar orientada a resolver problemas, convencer auditorios y/o conseguir lo que queremos. Asumimos que tampoco es la verdad la finalidad en el trabajo de la prensa, ante lo cual no podemos dejar de preguntarnos si es que a Rorty no le parece relevante que aquellas narraciones que haga la prensa se atengan a unos hechos acaecidos, si el dolor que describen realmente haya sido experimentado por alguien o no. Por otra parte, si contemplamos las tres finalidades que adjudica a la investigación podemos decir que, en definitiva, de ella espera eficiencia y persuasión.

Rorty reconoce a la prensa una labor importante para el programa que presenta, narrar el dolor experimentado por otros. Resulta coherente dentro de su propuesta: lo que se debe evitar es el dolor para despertar la solidaridad y alcanzar la esperanza, y los ironistas liberales conocerán ese dolor a través de las narraciones que les den. Pero ¿cómo debe ser esa narración? ¿Es irrelevante que la haga un etnógrafo, un escritor o un periodista? ¿Es igual que la narración se haga en una universidad, a través de un libro o diariamente a través de un medio de comunicación? ¿Existe algún método que favorezca esa narración? ¿Cómo medimos la efectividad, el éxito de estas narraciones, si las consideramos instituciones democráticas?

Probablemente Rorty nos diría que estamos haciendo demasiadas preguntas teóricas; luego él afirma que la prensa, así como las universidades, las elecciones o el poder judicial, son lugares propicios para que se genere la libre discusión. Pero nuevamente no queda claro el método de hacerlo, o por qué estos sitios y no otros, de qué manera, etc.

También en *Filosofía y Futuro*⁹⁴ Rorty explica el papel de la prensa como uno de los varios suministradores de descripciones –narraciones de hechos- en la sociedad liberal. Según afirma, un amplio espectro de personas ofrece este tipo de descripciones, tales como periodistas, antropólogos, sociólogos, novelistas, cineastas, pintores. Destaca Rorty las novelas y los artículos y columnas de periódicos como lugares idóneos para encontrarlas. Y la utilidad de este tipo de escritos es el hacer visibles determinadas formas de dolor, de modo que puedan ser superadas. Hace énfasis en que la utilidad de las descripciones radica en que puedan producir cambios.

Discusión en torno a la propuesta de Rorty

Como hemos dicho, Rorty considera que la democracia es libre intercambio de opiniones sin necesidad de que dicho intercambio desemboque en un acuerdo universal, de ahí que abogue por la primacía de la democracia sobre la filosofía, llegando a afirmar que las sociedades democráticas pueden funcionar sin un respaldo filosófico⁹⁵. Esta propuesta responde a un diagnóstico sustentando en la contingencia como modo, la ironía como actitud y la solidaridad como fondo; el ironista, -el que reconoce la contingencia y la fragilidad de sus creencias más fundamentales- sólo comparte con los otros ciudadanos la esperanza de que se acabe el dolor, y en esa esperanza se fragua la solidaridad humana.

Rorty sugiere moverse en este entorno a partir de unos mínimos que permitan “permanecer en la superficie⁹⁶”, filosóficamente hablando. El diagnóstico puede ser más o menos acertado, pero éste carece de fundamentación: su propuesta “se fundamenta” en el rechazo de cualquier aspiración a la fundamentación. Pero el trabajo de la prensa, la entrega de información, ¿no requiere acaso de fundamentación y necesita de la verdad? ¿el carácter transitorio del concepto de verdad de Rorty sirve para el trabajo de la prensa?

En su afán por prescindir de cualquier tipo de fundamentación, en ocasiones invita a dejar atrás el pasado, a no considerar aquello que –correcta o incorrectamente- nos deja la experiencia de los que nos precedieron. Es entendible la preocupación de Rorty por el anquilosamiento en el que las sociedades pueden caer si creen que todo tiempo pasado fue mejor, o si se abandonan a explicaciones dadas por otros, pero la solución que pretende desde el pragmatismo deja de lado cuestiones fundamentales como las condiciones de posibilidad del trabajo de la prensa.

⁹⁴ Cfr. RORTY R: *Filosofía y futuro*, Gedisa, Barcelona, 2002, p.44. Título original: *Philosophie & die Zukunft Fischer Taschenbuch Verlag Gmblt. Frankfurt 2000.*

⁹⁵ RORTY R: *Objetividad, relativismo y verdad*. Op.cit. p. 239.

⁹⁶ Ídem.

La invitación que hace Rorty es a desentenderse de la búsqueda de “absolutos” atemporales para dedicarse más y de mejor manera al presente y a lo que éste nos ofrece, sobre todo pensando en construir un futuro. Pero ¿podemos realmente entender lo que somos hoy sin haber hecho una asimilación de lo que fuimos? O mejor ¿podemos entender el hoy sin saber cómo se desarrollaron los presupuestos sociales, morales, económicos, etc., que sostienen el presente?

Rorty rechaza la necesidad de contar con prácticas universales y, sin embargo, dice que precisamente el reconocimiento de la propia historicidad, el saberse ciudadano de un contexto, es lo que puede otorgar potencialidad de universalidad. Por el sólo hecho de reconocer esa potencialidad de universalidad la está aceptando, aun cuando él pretenda no considerarla. Explica que las costumbres encuentran su fundamento en la propia cultura y al hacerlo podría reconocer que sí que hay algo que subyace en este caso a las diversas culturas: el hecho de que producen costumbres. Afirma que incluso la definición de principios como el de justicia es algo acotado a cada cultura, pero ¿no es acaso algo compartido por diferentes culturas la necesidad de llamar a algo justicia, que exista un principio moral que se denomine de esa forma? Rorty explica que, dado que el individuo es contingencia histórica, la definición de actitudes justas o injustas depende de un acuerdo transitorio. Pero, ¿cómo se puede alcanzar ese acuerdo transitorio? ¿Resulta suficiente la ironía?

La actitud del Ironista de apertura para revisar permanentemente las propias creencias no tiene por qué traducirse, necesariamente, en no creer con firmeza en determinadas cosas e incluso comprometerse con ellas. De hecho, según el mismo Rorty la idea de léxico último remite a un conjunto de conceptos que se definen circularmente, es decir, que encuentran en sí mismos su definición y explicación y que resultan ser referente constante para una persona. ¿Y esa circularidad no hace pensar acaso en universalidad o en conceptos trascendentales?

Asimismo, Rorty afirma que al ironista lo único que lo une con el resto de la especie humana es la capacidad para experimentar dolor, puntualizando además que la forma de dolor propiamente humana es la humillación. Al hacer esta afirmación ¿no está dando una respuesta teórica ante la pregunta sobre qué es lo que nos une al resto de la especie humana? Él se quiere distanciar del metafísico, quien ante el dolor o la humillación no sólo se pregunta ¿qué humilla?, como haría un ironista, sino que intenta saber el por qué de la humillación. No obstante, ambos se preguntan y buscan evitar la humillación, ¿por qué la propuesta de Rorty sería superior? ¿Porque es más eficiente? Finalmente, ambos concluyen que es algo que experimentamos todos y que ojalá pudiésemos evitar. Pareciera que la diferencia es la “seriedad” con la que el metafísico afronta la contingencia, haciéndose demasiadas preguntas, mientras el ironista es de aquellos que prefieren tomar las cosas con humor.

Resulta curioso que de todos los sentimientos humanos que generan dolor Rorty haya escogido la humillación como el más emblemático. Explica que la ha elegido porque se trata

de un dolor que sufrimos al vernos expuestos ante nuestros pares, en la relación con ellos, por tanto, es un dolor que se experimenta en sociedad. Es un sentimiento que estandariza como aquello común en los seres humanos y, sin embargo, su definición tiene una fuerte carga cultural: no hay una definición unívoca de aquello que humilla. Lo que puede resultar humillante para una persona del sur puede no serlo para una del norte, o aquello que humilla en una etapa de la vida no lo es en otra (durante la adolescencia puede parecer humillante un beso de la madre en público frente a los compañeros de clase, y sin embargo, no experimentarlo igual en la adultez). Justamente porque se trataría de un sentimiento compartido por todos los seres humanos ¿cómo buscar erradicarlo si cada cultura, grupo, incluso familia y persona, puede entenderlo de una manera diferente? ¿Basta con que una persona se sienta humillada para que exista humillación? ¿O es necesario que haya intención para poder acusar a otro de humillarme?

Respecto a la verdad Rorty afirma que “no necesitamos una meta denominada ‘verdad’ que nos ayude a eso (indagar o justificar), así como los órganos digestivos no necesitan una meta llamada ‘salud’ para comenzar a funcionar⁹⁷”. Sin embargo, parece no considerar que, con el tiempo, si los órganos del cuerpo no cuentan con salud dejarán de cumplir sus funciones, que contar con ella es condición para el funcionamiento de los órganos; esto es lo que le pasa a la prensa sin verdad, que deja de funcionar, dejará de cumplir su cometido para cumplir los cometidos de otros. Esto no significa que la prensa sea poseedora de “la verdad” como algo etéreo e incuestionable, pero sí que ésta es condición para que se pueda efectivamente informar.

Rorty defiende la posibilidad de una política democrática (entendida como una comunidad inclusivista) y al mismo tiempo niega la suprema deseabilidad de la verdad, entendida como correspondencia con la realidad y con una naturaleza intrínseca⁹⁸. Asimismo, aboga por la idea de “una nueva comunidad que se crea sí misma, unida no tanto por el conocimiento de unas mismas verdades cuanto por el hecho de compartir unas mismas esperanzas inclusivistas, generosas y democráticas⁹⁹”, lo que él mismo cataloga como la versión estadounidense del proyecto democrático liberal. Tan convencido está de que esta versión puede ser adecuada, que hace la siguiente invitación:

“(...) qué pueden hacer los filósofos para la política democrática, aparte de tratar de fundamentar la política sobre principios. A lo que respondo: pueden trabajar para sustituir conocimiento por esperanza, para que se considere que lo importante del ser humano no es tanto su capacidad de

⁹⁷ RORTY R: *¿Esperanza o conocimiento? Una introducción al pragmatismo*. Op.cit. p. 35.

⁹⁸ *Ibídem.* p. 80.

⁹⁹ *Ibídem.* p. 85.

*captar la verdad cuanto su capacidad de ser ciudadano de una democracia completa que todavía está por llegar*¹⁰⁰”.

Mientras esa democracia llegue, los ciudadanos intentan alcanzar acuerdos. No obstante, cuando Rorty afirma que el ironista no se toma demasiado en serio a sí mismo, dado que hasta en sus creencias y opiniones detecta la contingencia, de alguna manera está rechazando la posibilidad de entendimiento, de alcanzar acuerdos. Creemos que la vida en sociedad requiere de la búsqueda de entendimiento, aun cuando aceptamos y consideremos que ésta tiene o puede tener limitaciones. Y lograr acuerdos resulta muy difícil si no nos tomamos nada en serio. Felipe Curcó propone, a la luz de la propuesta de Rorty, entender la democracia como algo frágil y nunca definitivamente adquirido¹⁰¹. Podemos entender la democracia como un objeto de trabajo constante, como un proyecto inacabado o en constante cambio, pero eso no implica renunciar a establecer unos mínimos para entender y poner en marcha su funcionamiento.

Felipe Curcó afirma en su tesis doctoral que tanto para Rorty como para Rawls, Habermas y Apel la crisis de la Ilustración –la crisis conceptual de sentido- se cura con más Ilustración. La diferencia, según Curcó, es que para los dos primeros esto se traduce en llevar al extremo la secularización del vocabulario político sustituyendo verdad por práctica conversacional o justificación; mientras que Apel y Habermas no renuncian al concepto de verdad sino que buscarían resituarlo desde la validez universal porque la democracia requiere de fundamento último¹⁰². Nosotros agregamos que no sólo requiere de fundamento, sino que además necesita de una prensa que oriente su trabajo de acuerdo a unos conceptos claros y una redefinición de responsabilidad para todos los actores del proceso comunicativo: periodistas, dueños de medios, anunciadores, fuentes y ciudadanos.

El papel que le correspondería a la prensa en el esquema que sugiere Rorty para entender las sociedades democráticas resulta poco claro o laxo, según desde qué óptica se mire. Pero en cualquier caso, deficiente, si se entiende que la prensa es una pieza tan importante como otras del engranaje que permite el funcionamiento de la democracia. Resulta deficiente porque, como hemos dicho, no considera una de las condiciones de la información –la verdad-, pero también porque no contempla la idea de la finalidad de las profesiones con un determinado *ethos*, así como tampoco contempla un concepto de responsabilidad en el caso de la profesión periodística.

Considerar que el rol de la prensa es el de narrar hechos que eventualmente producirán cambios genera algunos conflictos, como los que mencionamos a continuación:

¹⁰⁰ *Ibidem.* p. 86.

¹⁰¹ *Ídem.*

¹⁰² CURCÓ F: *Op.cit.* p. 17.

- a) Pasa por alto el vínculo que hay entre el “correcto” funcionamiento de la prensa y el funcionamiento de la democracia. Nos referimos a que creemos que si la prensa hace bien su trabajo la democracia se ve beneficiada y viceversa.
- b) Al no diferenciar el papel de los periodistas del de antropólogos, cineastas, etc., a la hora de dar estas descripciones, exime –aún más, si cabe- de responsabilidad a los periodistas, quienes están exclusivamente dedicados a entregar ese tipo de descripciones. La dedicación a determinada actividad de manera profesional implica una responsabilidad propia de los profesionales, una responsabilidad que no tienen quienes realizan acciones puntuales similares o sin ser profesionales. Por ejemplo, con el advenimiento de Internet y la multiplicación de diferentes maneras de informarnos, podemos acceder a informaciones y opiniones a través de *bloggers*, personas que sin ser periodistas hacen descripciones y crean opinión enriqueciendo el diálogo social, o al menos así debiera ser. Sin embargo, esta proliferación de voces no resta responsabilidad –ética y/o judicial- a los que se dedican a informar de manera profesional. Así como tampoco esos *bloggers* tienen la misma responsabilidad profesional que un periodista. Al no distinguir entre quienes informan de manera profesional y quienes lo hacen por cuenta propia, como los *bloggers*, Rorty vuelve a ignorar que hay un fundamento para que los periodistas se hagan responsables de la información que entregan.
- c) Al otorgar un papel preeminente a la novela como el lugar donde se produce el debate o diálogo sobre la teoría social, se puede caer en la tentación de confundir, a postas o no, el papel informativo de los medios con el de entretenimiento a secas, en el mejor de los casos, o camuflando uno y otro, en el peor de ellos¹⁰³.

LA PROPUESTA COMUNICATIVA DE JÜRGEN HABERMAS¹⁰⁴

Jürgen Habermas tiene una motivación intelectual fundamental: la reconciliación de una modernidad que se halla descontenta consigo misma¹⁰⁵. Su diagnóstico es que la modernidad

¹⁰³ La propuesta rortiana consiste en que los medios se entreguen a la tarea de entretener y dar literatura. Cuando decimos camuflaje de información y entretenimiento nos referimos a que de hecho en muchos medios de comunicación se nos “informa” de la última novia del hijo “de” o de la reciente discusión de tal personaje con su marido, con una seriedad y destinándole horas de análisis “como si” se tratara de una información importantísima, sin la cual no podríamos vivir en sociedad. Este “como si” es lo grave, desde el punto de vista de la ética profesional.

¹⁰⁴ Quisiéramos aclarar que, dada la envergadura y alcance del trabajo de Jürgen Habermas, no es nuestra intención explicar aquí su propuesta. Más bien nos proponemos destacar aquellos aspectos de la *Teoría de la acción comunicativa* que puedan ser de interés para un marco teórico de una ética de responsabilidad en la prensa.

está descontenta, pero deja la puerta abierta a una reconciliación porque cree que existe la posibilidad de que ésta se produzca.

La teoría habermasiana se inscribe dentro de la modernidad crítica que surgió en la Escuela Fráncfort durante el siglo XX. Tal como lo explica Adela Cortina, el proyecto ilustrado de la modernidad crítica rechaza el giro instrumentalista dado tácitamente por la razón ilustrada y, en cambio, está a favor de la razón moral como clave para construir la historia¹⁰⁶. La misma Cortina advierte que retomar el fallido proyecto de la Ilustración conlleva unos riesgos que asumirá la ética discursiva:

“Prolongar el proyecto ilustrado en la línea descrita supone reconstruir nociones hoy tan poco atractivas como racionalidad, universalidad, unidad e incondicionalidad que se consideran legado de una obsoleta metafísica, y la ética discursiva asume esta tarea, aunque no ya desde la filosofía del ser o de la conciencia, sino desde la pragmática del lenguaje¹⁰⁷”.

Habermas se encarga de situar históricamente los albores de la modernidad crítica. Afirma que fueron determinantes para su formación tres experiencias históricas de desencanto de las expectativas revolucionarias a comienzos del siglo XX. Estos hechos son la Revolución soviética que condujo a una burocratización acelerada y sangrienta; el fascismo y la capacidad de las sociedades capitalistas desarrolladas para responder a un cambio revolucionario absorbiendo la resistencia del movimiento obrero; y la evolución de Estados Unidos que demostraba de una manera distinta la fuerza integradora del capitalismo a través de la cultura de masas y sin necesidad de una represión abierta¹⁰⁸.

La crítica social comenzó con los hegelianos de izquierda y adoptó una forma específica en los años treinta y cuarenta del siglo XX en el Instituto de Investigación Social en Fráncfort. Aunque Habermas pertenece a una segunda generación de esta Escuela y en muchos aspectos puede apartarse de sus ideas originarias, se remite a esta herencia teórica y, por tanto, ella es el primer marco de su propuesta.

Una diferencia relevante entre Habermas y las ideas originales de la Escuela de Fráncfort es que, mientras algunos de sus principales exponentes, como Adorno y Horkheimer, consideraban que el mundo adolecía de un exceso de razón, Habermas considera que más bien adolecemos de un déficit en su aplicación¹⁰⁹. Para explicarlo desarrollará su propuesta de

¹⁰⁵ HABERMAS, J: *Ensayos Políticos*. Ediciones Península, Barcelona, 1988.

¹⁰⁶ CORTINA, A: “La ética discursiva”, en Camps, Victoria (ed.): *Historia de la Ética. Editorial Crítica*, Barcelona, 2000, p. 535.

¹⁰⁷ *Ibidem*. p. 536.

¹⁰⁸ HABERMAS, J: *Teoría de la acción comunicativa, I*. Taurus, España, 2001. Título original: *Theorie des kommunikativen Handelns*. Frankfurt am Main, 1981, p. 466 y 467.

¹⁰⁹ VELASCO, J.C: *Para leer a Habermas*. Alianza Editorial, Madrid, 2003, p. 24.

ética discursiva bajo el alero de la acción comunicativa, como veremos más adelante. La racionalidad, el uso práctico de la razón, es un elemento clave de la propuesta habermasiana, dado que ve en la razón una potencialidad libertaria.

La Escuela de Fráncfort nació como proyecto centrando sus trabajos en dos aspectos: la redefinición de algunos conceptos básicos del pensamiento marxista, por una parte, y la comprensión del necesario papel de la filosofía en la tradición occidental, por otra¹¹⁰. Asumiendo la herencia del marxismo y una crítica social dura, el trabajo de la Escuela de Fráncfort se ha desarrollado en diferentes etapas que van desde el materialismo a la teoría crítica.

Dentro de los principales intereses de quienes lideraron el inicio de la modernidad crítica, se encontraba la influencia de la cultura de masas hasta alcanzar los ámbitos más íntimos de la subjetividad. Asimismo, explicaron la reproducción cultural desde el punto de vista de la cosificación¹¹¹, es decir, el proceso mediante el cual las acciones sociales ya no son coordinadas a través de valores, de normas o del entendimiento lingüístico, sino a través del medio de valor de cambio¹¹². Les preocupaba la forma de mercancía que adquirirían los medios culturales, así como el hecho de que el medio dinero sustituyese al entendimiento lingüístico como mecanismo de coordinación de la acción¹¹³.

El prolífico trabajo que se desarrolló en la Escuela de Fráncfort a través de la crítica a la modernidad no sólo buscaba ser una propuesta teórica sino también un motor de cambios¹¹⁴. Este rasgo caracteriza a su vez el trabajo de Habermas y es, sin duda, un rasgo que inserta su planteamiento en el corazón del devenir de las sociedades democráticas actuales.

Ejes conceptuales

Dentro de la crítica a la modernidad, Habermas plantea su teoría de la acción comunicativa en cuyo corazón se encuentra la ética discursiva. Desarrollaremos a continuación los principales rasgos de su teoría de la acción comunicativa para llegar a comprender cómo se entiende desde la ética discursiva el rol de la prensa. En una primera parte abordaremos los principales elementos de la teoría de la acción comunicativa: tipología de la acción, acción comunicativa y pretensiones de validez, lenguaje, acto de habla, discurso, situación ideal de habla, mundo de la vida y, finalmente, ética discursiva. Luego intentaremos explicitar la función de la prensa que se desprende de la propuesta habermasiana.

¹¹⁰ THIEBAUT C: “La Escuela de Frankfurt”, en, Camps, Victoria (ed): *Historia de la Ética*. Editorial Crítica, Barcelona, 2000, p.444.

¹¹¹ HABERMAS, J: *Teoría de la acción comunicativa*, I. Op.cit. p. 469.

¹¹² *Ibidem*. p. 484.

¹¹³ *Ibidem*. p. p. 473.

¹¹⁴ VELASCO, J.C: Op.cit. p. 20.

Tipos de acciones

Habermas explica que existen diferentes tipos de acciones según la orientación que éstas tengan, ya sea al entendimiento o al éxito. Desarrolla su teoría a partir de aquellas acciones que están orientadas al entendimiento, a la búsqueda de consenso. Mientras las orientadas al éxito se concentran en el análisis de las consecuencias de la acción y buscan ejercer una influencia, las acciones orientadas al entendimiento se preocupan de cómo alcanzarlo. Dentro de éstas se incluye la acción comunicativa, dado que

“(...) los actores aceptan coordinar de modo interno sus planes y alcanzar sus objetivos, únicamente, a condición de que haya o se alcance mediante negociación un acuerdo sobre la situación y las consecuencias que cabe esperar¹¹⁵”.

La acción estratégica se produce cuando “un actor influye sobre el otro empíricamente mediante la amenaza de sanciones o la promesa de gratificaciones a fin de conseguir la deseada prosecución de una interacción (...)”¹¹⁶. En la acción estratégica el actor elige y calcula medios y fines desde el punto de vista de la maximización de utilidad o de expectativas de utilidad¹¹⁷. En cambio, la acción teleológica es aquella en la que se produce una decisión entre alternativas de acción, con el fin de un propósito dirigido por máximas.

Habermas también tipifica la acción dramática, aquella en la que los participantes de una interacción constituyen los unos para los otros un público ante el cual se ponen a sí mismos en escena. Finalmente, también existen las acciones reguladas por normas, que se producen cuando miembros de un grupo social orientan su acción por valores comunes. Las normas expresan un acuerdo existente en un grupo social. Habermas aclara que todas las acciones son teleológicas en tanto que con cualquiera de ellas se está persiguiendo algún fin¹¹⁸: influir, en el caso de la acción estratégica; conmover al público, en el caso de la dramática, y entenderse, en el caso de la acción comunicativa.

Acción comunicativa y pretensiones de validez

La acción comunicativa es un tipo de acción orientada al entendimiento. Habermas la define así:

¹¹⁵ HABERMAS, J: *Conciencia moral y acción comunicativa*. Ediciones Península, Barcelona, 1991. Título original: *Moralbewußtsein und Kommunikatives Handeln*, Frankfurt am Main, 1983, p. 157.

¹¹⁶ *Ibidem*. p. 78.

¹¹⁷ HABERMAS, J: *Teoría de la acción comunicativa, I*. Op.cit. p. 22.

¹¹⁸ *Ibidem*. p. 146.

“(…) interacción de a lo menos dos sujetos capaces de lenguaje y de acción que entablan una relación interpersonal. Los actores buscan entenderse sobre una situación de acción para poder así coordinar de común acuerdo sus planes de acción y con ello sus acciones. El concepto aquí central, el de interpretación, se refiere primordialmente a la negociación de definiciones de la situación susceptible de consenso. En este modelo de acción el lenguaje ocupa, como menos, un puesto prominente¹¹⁹”.

Esta es la definición más completa y en la que hace alusión al elemento del entendimiento como pieza clave. No obstante, en otro sitio la explica de esta otra forma:

“Llamo comunicativas a las interacciones en las cuales los participantes coordinan de común acuerdo sus planes de acción; el consenso que se consigue en cada caso se mide por el reconocimiento intersubjetivo de las pretensiones de validez¹²⁰”.

Esta conceptualización es más breve y deja algunos elementos fuera, pero explicita que es posible medir el consenso mediante el reconocimiento intersubjetivo de las pretensiones de validez. Entre ambas definen los elementos constitutivos de la acción comunicativa. Habermas también se refiere a la acción comunicativa como la interpretación conjunta de una situación que busca el consenso, y define situación como algo que aparece en relación con los intereses y objetivos de acción de los participantes¹²¹. Luego vuelve a puntualizar que la situación de acción es un “ámbito de necesidades actuales de entendimiento y de posibilidades actuales de acción¹²²”.

En la propuesta de Habermas se pueden distinguir dos “tipos” de pretensiones de validez. Por una parte están las pretensiones de validez del acto de comunicación en sí mismo (inteligibilidad, verdad, veracidad y rectitud), que son trascendentales y están implícitas en la comunicación. Que sean implícitas significa que al asentir a una de las pretensiones de validez del proceso comunicativo, también se aceptan aquellas que no se han expresado. Si no es así, se debe decir que se rechaza tal o cual pretensión de validez.

Por otra parte, Habermas también se refiere a la pretensión de validez que espera alcanzar una norma, es decir, el contenido de ella. Habiendo cumplido las pretensiones propias del acto de comunicación, que son condición de aceptación de la norma por parte de los afectados, el contenido de la norma tiene que contar con el consentimiento de todos los

¹¹⁹ *Ibidem.* p. 124.

¹²⁰ HABERMAS, J: *Conciencia moral y acción comunicativa.* Op.cit. p. 77.

¹²¹ *Ibidem.* p.158.

¹²² HABERMAS, J: *Teoría de la acción comunicativa, II* . Taurus, España, 2001. Título original: *Theorie des kommunikativen Handels.* Frankfurt am Main, 1981, p. 175.

afectados. Por ello es crucial el entendimiento, que es el mecanismo que coordina la acción y depende de la aprobación racional y de la aceptación del acto de habla por parte del oyente.

“Entendimiento (Verständigung) significa ‘la obtención de un acuerdo’ (Einigung) entre los participantes en la comunicación acerca de la validez de una emisión; acuerdo (Einverständnis), el reconocimiento intersubjetivo de la pretensión de validez que el hablante vincula a ella¹²³”.

Aunque en los otros tipos de acciones el supuesto del medio lingüístico también se considera, la concepción del lenguaje cambia según el tipo de acción. En las acciones teleológicas el lenguaje es concebido como un medio más para influir de acuerdo a los propios propósitos. En las acciones normativas, el lenguaje es un medio de transporte de un consenso (valores culturales) que se ratifica en cada nuevo acto de entendimiento. El lenguaje en la acción dramática es un medio para la autoescenificación. En el caso de la acción comunicativa, ésta

“(…) presupone el lenguaje como un medio de entendimiento sin más abreviaturas, desde el horizonte preinterpretado que su mundo representa, simultáneamente a algo en el mundo objetivo, en el mundo social y en el mundo subjetivo, para negociar definiciones de la situación que pueda ser compartida por todos¹²⁴”.

Hay dos aspectos del lenguaje que Habermas destaca: en primer lugar, el hecho de que el lenguaje es el único medio racional de conocer la realidad y, por tanto, condición de posibilidad de conocimiento¹²⁵. En segundo lugar, que el lenguaje se da en su forma originaria cuando busca alcanzar el entendimiento, no así cuando busca otros fines. Adela Cortina lo explica de la siguiente forma:

“(…) las acciones lingüísticas pueden utilizarse estratégicamente, pero el entendimiento es inherente como telos al lenguaje humano, de modo que hay un modo originario de usar el lenguaje (el que busca el acuerdo) y uno derivado y parasitario (la comprensión indirecta, el dar a entender), porque los conceptos de habla y entendimiento se interpretan recíprocamente¹²⁶”.

¹²³ Ibidem. p. 171.

¹²⁴ HABERMAS, J: *Teoría de la acción comunicativa, I*. Op.cit. p. 137.

¹²⁵ VELASCO J.C: Op.cit. p. 171.

¹²⁶ CORTINA, A: Op. Cit. p. 545.

Como decíamos, cuando las acciones son orientadas el entendimiento el actor presupone, aunque sea de manera implícita, cuatro pretensiones de validez. Ellas son¹²⁷:

- 1) Comprensibilidad o inteligibilidad: expresarse bien.
- 2) Veracidad o autenticidad: darse a entender en la manifestación de vivencias subjetivas.
- 3) Verdad proposicional: dar a entender algo que existe con la aspiración de representar los hechos.
- 4) Corrección o rectitud normativa: que el contenido expresado se ajuste a un determinado contexto normativo reconocido socialmente como válido.

Cada pretensión de validez hace alusión a una realidad distinta: al mundo objetivo, al mundo social o al mundo subjetivo. Habermas explica que el mundo objetivo es el conjunto de todas las entidades sobre las que son posibles enunciados verdaderos. El mundo social es el conjunto de todas las relaciones interpersonales legítimamente reguladas. Y el mundo subjetivo está compuesto por la totalidad de vivencias del hablante, a las que éste tiene acceso privilegiado¹²⁸.

Y cada uno de estos mundos se vincula con una pretensión de validez determinada:

- La pretensión de verdad se refiere a algo del mundo objetivo.
- La pretensión de rectitud se refiere a algo del mundo social.
- La pretensión de veracidad se refiere a algo del mundo subjetivo¹²⁹.

“En realidad las manifestaciones comunicativas están insertas a un mismo tiempo en diversas relaciones con el mundo. La acción comunicativa se basa en un proceso cooperativo de interpretación en que los participantes se refieren simultáneamente a algo en el mundo objetivo, en el mundo social y en el mundo subjetivo aún cuando en su manifestación sólo subrayen temáticamente uno de estos tres componentes¹³⁰”.

Los tres mundos son marco de interpretación dentro del cuál se elaboran las definiciones comunes de una situación de acción. En el caso de las pretensiones de verdad propositiva y de rectitud o corrección normativa el hablante puede cumplir la garantía por medios discursivos, es decir, dando razones. En el caso de la pretensión que aspira a la sinceridad será mediante el

¹²⁷ HABERMAS, J: *Teoría de la acción comunicativa, I*. Op.cit. p. 144.

¹²⁸ *Ibidem*. p. 144.

¹²⁹ HABERMAS, J: *Conciencia moral y acción comunicativa*. Op.cit. p.78.

¹³⁰ HABERMAS, J: *Teoría de la acción comunicativa, II*. Op.cit. p. 171.

comportamiento congruente que el actor dará cuenta de la garantía expresada, dado que el hecho de que alguien piense de verdad lo que dice sólo se puede demostrar mediante actos¹³¹.

Aunque la verdad propositiva y la corrección normativa son las pretensiones realizables por medios discursivos, cumplen la coordinación de la acción de manera distinta. Las acciones de habla se comportan de manera diferente frente a hechos y frente a normas¹³². Habermas lo dice así: “Una norma moral tiene sentido y validez con independencia de que haya sido promulgada y de que se utilice en uno u otro sentido¹³³”. En cambio, “No hay enunciado aseverativo que pueda conseguir la autonomía de las normas si no es mediante una acción de habla¹³⁴”. Las pretensiones de verdad únicamente residen en las acciones de habla, las pretensiones de validez normativa residen en principio en las normas y sólo de forma derivada en las acciones de habla¹³⁵.

“Los enunciados verdaderos dejan constancia de la existencia de realidad, hay una relación inequívoca. Sin embargo, la existencia o vigencia social de las normas no nos dicen nada acerca de si son éstas válidas o no¹³⁶”.

De ahí la importancia de distinguir entre el hecho social del reconocimiento intersubjetivo y la aspiración de una norma al reconocimiento. No es suficiente la entrada en vigor positiva de las normas para asegurar a la larga su validez social. Para entender esto basta con observar lo que ha sucedido en diferentes momentos de la historia y países en el mundo con leyes promulgadas en dictadura: tienen vigencia pero no validez. “En las sociedades modernas no hay lealtad de masas si no hay legitimidad¹³⁷”.

La propuesta habermasiana avanza para llegar al campo de la acción comunicativa: el terreno de la ética. Habermas explica que la justificación de normas, a diferencia de la justificación de enunciados, es un asunto comunicativo, y no por casualidad sino por razones esenciales: “La cuestión de si una norma polémica es igualmente buena para todos los afectados es algo que debe decidirse según reglas pragmáticas bajo la forma de un discurso real¹³⁸”.

El modelo comunicativo propuesto por Habermas destaca el rol del lenguaje y el del entendimiento. El lenguaje sólo es relevante desde el punto de vista pragmático cuando los hablantes contraen relaciones con el mundo y lo hacen de un modo reflexivo. Por su parte, el

¹³¹ HABERMAS, J: *Conciencia moral y acción comunicativa*. Op.cit. p. 78.

¹³² *Ibidem*. p.79.

¹³³ *Ídem*.

¹³⁴ *Ibidem*. p. 80.

¹³⁵ *Ídem*.

¹³⁶ *Ibidem*. p. 81.

¹³⁷ *Ibidem*. p. 82.

¹³⁸ *Ibidem*. p. 90.

entendimiento funciona como mecanismo coordinador de la acción. Esto significa que los participantes en la interacción se ponen de acuerdo sobre la validez que pretenden porque reconocen intersubjetivamente las pretensiones de validez con las que se presentan unos frente a otros¹³⁹.

Conocimiento y razón

Habermas entiende que “La racionalidad de las imágenes de mundo se mide no por las propiedades lógicas y semánticas sino por las categorías que da a los individuos para la interpretación de su mundo¹⁴⁰”. Porque es racional podemos esperar verdad del contenido de una comunicación (pretensión de validez, en palabras de Habermas). Asimismo, cuestiona la objetividad absoluta y desinteresada del conocimiento teórico a la vez que pone en evidencia la función ideológica de todo pensamiento. Pero no renuncia al conocimiento como posibilidad, sino que lo delimita y describe para saber a qué atenerse respecto de él y de los intereses que pueden orientarlo.

Acto de habla

La acción coordinada que busca el entendimiento se expresa a través de actos de habla, otro componente clave de la propuesta habermasiana. Siguiendo las aportaciones de la teoría de Austin, Habermas reconoce tres elementos en el acto de habla:

- 1.- Acto locucionario: es el contenido de las oraciones enunciativas (‘p’) o de las enunciativas nominalizadas (que ‘p’). Con estas acciones el hablante expresa el estado de cosas, dice algo sobre ellas.
- 2.- Acto ilocucionario: el agente realiza una acción diciendo algo (como por ejemplo, la afirmación, la promesa, el mandato o la confesión). El objetivo ilocucionario que el hablante persigue deriva del propio significado de lo dicho, por tanto, su intención comunicativa se agota si el otro entiende.
- 3.- Acto perlocucionario: el hablante busca causar un efecto sobre su oyente¹⁴¹. El objetivo perlocucionario no se sigue del contenido, sólo se puede determinar averiguando la intención del agente. Por tanto, la descripción de efectos perlocucionarios tiene que hacer referencia a un contexto de acción teleológica que va más allá del acto de habla mismo¹⁴².

¹³⁹ HABERMAS, J: *Teoría de la acción comunicativa, I*. Op.cit. p.143.

¹⁴⁰ *Ibidem*. p. 72.

¹⁴¹ *Ibidem*. p. 370 , 371 y 372.

¹⁴² *Ibidem*. p. 374.

Asimismo, existe una correspondencia entre los tres componentes del acto de habla y el conocimiento, las obligaciones y el ámbito de lo expresivo¹⁴³.

Los actos de habla son medios en los que se produce el entendimiento y sirven para:

- a) Establecer y renovar relaciones interpersonales en las que el hablante hace referencia a algo perteneciente al mundo de las ordenaciones legítimas.
- b) Exponer o presuponer estados o sucesos cuando el hablante hace referencia al mundo.
- c) Exponer vivencias, es decir, la presentación que el sujeto hace de sí mismo, haciendo referencia a su mundo subjetivo¹⁴⁴.

La acción comunicativa está definida por buscar fines ilocucionarios y no perlocucionarios, dado que éstos sólo se conocen una vez que se sabe cuáles son las intenciones del hablante y no se obtienen del contenido mismo de lo dicho. “Cuento, pues, como acción comunicativa aquellas interacciones mediadas lingüísticamente en que todos los participantes persiguen con sus actos de habla fines ilocucionarios y sólo fines ilocucionarios¹⁴⁵”. “Para la acción comunicativa sólo pueden considerarse, pues, determinantes aquellos actos de habla a los que el hablante vincula pretensiones de validez susceptibles de crítica¹⁴⁶”. De esta forma, quedan excluidas las situaciones en las que el hablante persigue con actos perlocucionarios fines no declarados, así como cuando persigue fines ilocucionarios frente a los que el oyente no puede tomar una postura basada en razones, como por ejemplo, los imperativos.

Buscar exclusivamente fines perlocucionarios puede generar distorsiones de diferente tipo, así como asimetrías que perjudican la búsqueda de consenso:

“La acción comunicativa no tiene asimetrías y restricciones propias de las perlocuciones sino que todos los participantes armonizan entre sí sus planes individuales de acción y persiguen, por ende, sin reserva alguna sus fines ilocucionarios¹⁴⁷”.

Habermas explica que, mientras en la acción teleológica, en la normativa y en la dramaturgía sólo se tematiza una función del lenguaje (provocar efectos perlocucionarios, establecer relaciones interpersonales y expresar vivencias), la acción comunicativa considera todas las funciones del lenguaje¹⁴⁸.

¹⁴³ HABERMAS, J: *Teoría de la acción comunicativa, II*. Op.cit. p. 93.

¹⁴⁴ HABERMAS, J: *Teoría de la acción comunicativa, I*. Op.cit. p. 394.

¹⁴⁵ *Ibidem*. p. 378.

¹⁴⁶ *Ibidem*. p. 391.

¹⁴⁷ *Ibidem*. p. 376.

¹⁴⁸ *Ibidem*. p. 138.

Discurso

Es el método mediante el cual se produce la coordinación de acción para alcanzar un consenso, y en cuanto tal “El discurso práctico es un procedimiento no para la producción de normas justificadas, sino para la comprobación de la validez de normas postuladas de modo hipotético¹⁴⁹”.

Situación ideal de habla

La situación ideal de habla es un modelo teórico de aproximación a las interacciones comunicativas que representa una comunicación libre de distorsiones. Consiste en que la comunicación se realice libremente y en igualdad de condiciones y sin mayor coacción que la del mejor argumento.

“En el discurso argumentativo se muestran estructuras de una situación de habla que se encuentra inmunizada de forma especial contra la represión y la desigualdad: se presenta como una forma de la comunicación suficientemente próxima a las condiciones ideales¹⁵⁰”.

Como construcción teórica resulta útil puesto que permite explicar y entender la teoría de la acción comunicativa, sin embargo, vale la pena recordar que para Habermas no constituye una meta de la comunicación; la meta es el entendimiento y el medio la coordinación de la acción entre dos o más actores competentes lingüísticamente.

Mundo de la vida

Habermas infiere que la comunicación, la coordinación de la acción que se produce mediante el entendimiento, cuenta con un telón de fondo. De esta manera entiende el Mundo de la vida como el horizonte contextualizador desde y a partir del cual los participantes en la comunicación se entienden entre sí sobre algo¹⁵¹.

Desde el mundo de la vida se problematizan asuntos de diferentes formas: una información entra en el ámbito de relevancia de un campo temático como hecho, como contenido de una norma o como contenido de una vivencia¹⁵². “Antes de hacerse relevante para una situación, esa misma circunstancia sólo está dada en el modo de una autoevidencia del mundo de la vida con la que el afectado está familiarizado intuitivamente sin contar con la posibilidad de una problematización¹⁵³”.

¹⁴⁹ HABERMAS, J: *Conciencia moral y acción comunicativa*. Op.cit. p.143.

¹⁵⁰ *Ibidem*. p. 112.

¹⁵¹ HABERMAS, J: *Teoría de la acción comunicativa, I*. Op.cit. p. 431.

¹⁵² HABERMAS, J: *Teoría de la acción comunicativa, II*. Op.cit. 176.

¹⁵³ *Ídem*.

Desde el punto de vista de una situación concreta, “el mundo de la vida aparece como un depósito de autoevidencias o de convicciones incuestionadas, de las que los participantes en la comunicación hacen uso en los procesos cooperativos de interpretación¹⁵⁴”. Por lo tanto, no sólo está compuesto de certezas culturales sino que consta también de habilidades individuales, del saber intuitivo, así como de prácticas socialmente arraigadas¹⁵⁵.

No se trata de un escenario fijo en donde se desarrolla la acción: es un horizonte móvil y complejo. El mundo de la vida acumula el trabajo de interpretación realizado por generaciones pasadas. Se trata de un trasfondo, de una precomprensión cultural que permanece problemática¹⁵⁶.

Habiendo repasado brevemente los conceptos pilares de la propuesta de Habermas, ahora podremos adentrarnos en su propuesta ética. Antes, queremos mencionar que la propuesta de la acción comunicativa, es decir, aquella en la que los actores no coordinan sus planes de acción calculando su éxito personal, sino a través del acuerdo¹⁵⁷, no está exenta de críticas. La máxima de dejar de lado el interés personal es lo que ha hecho que algunos miren con suspicacia la teoría habermasiana por ver en ella un matiz *naif* que puede imposibilitar su cumplimiento.

Dado que planteamos esta ruta para llegar a una ética para la prensa, por ahora quisiéramos aclarar a este respecto que puede ser que a nivel personal sea más difícil o incluso ingenuo esperar que individuos en nuestras sociedades busquen acuerdos sin considerar como prioridad los propios intereses. No obstante, a la hora de trazar el marco de responsabilidad que pueda orientar la función democrática de la prensa, no sólo no es ingenuo sino que es condición de posibilidad de dicho marco y de un trabajo responsable y de calidad. Un primer paso sería comenzar a considerar que el interés común es también el propio interés. En cualquier caso, Habermas es claro cuando dice que se trata de un modelo regulativo y que, como tal, se presenta como un modelo ideal.

Ética discursiva

La propuesta de ética discursiva es una extensión de la teoría de la acción comunicativa al ámbito moral:

“(…) la idea kantiana de persona, como individuo autolegisador que comprueba monológicamente la capacidad universalizadora de sus máximas, se transforma en nuestra ética discursiva en la idea de un ser dotado de competencia comunicativa, a quien nadie

¹⁵⁴ Ídem.

¹⁵⁵ *Ibidem.* p. 192.

¹⁵⁶ *Ibidem.* p. 145.

¹⁵⁷ CORTINA, A: *Op.cit.* p. 544.

*puede privar racionalmente de su derecho a defender sus pretensiones racionales mediante el diálogo*¹⁵⁸”.

La ética discursiva no proporciona orientaciones de contenido, sino que se trata de un procedimiento lleno de presupuestos que busca garantizar la imparcialidad en la formación del juicio¹⁵⁹. De modo derivado, entiende que la reflexión moral tiene también como objeto la solución de conflictos de acción a través de medios comunicativos orientados a la consecución de acuerdos. El procedimiento de la ética discursiva es intersubjetivo, por tanto, la tarea de fundamentación depende de los discursos reales entre seres humanos. De esta forma, descarta cualquier a priori metafísico, dado que todo comienza y termina en la praxis humana.

La ética discursiva cuenta con el principio discursivo de universalización como principal criterio de evaluación moral. La propuesta es universal porque con la fundamentación de su principio moral “U” (de universal) se niega el supuesto fundamental del relativismo ético. Habermas explica que así como el discurso teórico salva el abismo entre observaciones particulares e hipótesis generales mediante la inducción, el discurso práctico necesita de un principio puente. Este principio moral toma la forma de norma de argumentación y cumple una función equivalente a la inducción. Y lo define como “principio moral que excluye como inválidas aquellas normas que no consiguen la aprobación cualificada de todos los posibles destinatarios¹⁶⁰”.

La definición del principio moral de la ética discursiva, “U”, es la siguiente:

*“Toda norma válida ha de satisfacer la condición de que las consecuencias y efectos secundarios que se derivan, previsiblemente, de su aceptación general para la satisfacción de los intereses de cada particular, pueda ser aceptada libremente por cada afectado*¹⁶¹”.

Para la ética discursiva una norma únicamente puede aspirar a tener validez cuando todas las personas a las que afecta consiguen ponerse de acuerdo (o pueden ponerse de acuerdo) en que dicha norma es válida. Este es el postulado discursivo y presupone que se puede fundamentar la elección de normas¹⁶².

La ética discursiva cuenta por tanto con dos supuestos¹⁶³:

¹⁵⁸ Ibidem. p. 536.

¹⁵⁹ HABERMAS, J: *Conciencia moral y acción comunicativa*. Op.cit. p. 143.

¹⁶⁰ Ibidem. p. 83.

¹⁶¹ Ibidem. p.142.

¹⁶² Ibidem. p. 86.

¹⁶³ Ibidem. p. 88.

1. Las aspiraciones de validez normativa poseen un sentido cognitivo y se pueden tratar como aspiraciones de verdad.
2. La fundamentación de normas y mandatos requiere la realización de un discurso real que, en último término, no es monológico.

Habermas dice que la ética discursiva se puede reducir al postulado de la ética discursiva “D”:

“(…) únicamente pueden aspirar a la validez aquellas normas que consiguen (o pueden conseguir) la aprobación de todos los participantes en cuanto participantes de un discurso práctico¹⁶⁴”.

Asimismo advierte sobre la importancia de distinguir el principio de universalización “U” –regla de argumentación–, del postulado de la ética discursiva “D”, que explicita la aspiración. De lo contrario, los intentos de fundamentar una ética discursiva se resienten porque se confunden las reglas de la argumentación con sus contenidos, y los presupuestos con los principios morales como fundamentos de la ética filosófica.

Por eso se debe diferenciar el principio de universalización de:

- Cualquier principio o norma de contenido que sólo es el objeto de las argumentaciones morales.
- El contenido normativo de los presupuestos de la argumentación (por ejemplo, todos pueden participar y a nadie se puede excluir).
- El postulado de la ética discursiva “D”, que expresa la idea fundamental de una teoría moral pero no pertenece a la lógica de la argumentación¹⁶⁵.

Para Habermas la moral se ocupa de los conflictos interpersonales y aspira a reconocimiento universal: éste es el lugar donde se encuentra la ética discursiva. Por otro lado, entiende por ética el conjunto de cuestiones relativas a lo bueno, a las diferentes concepciones de vida buena y felicidad, tanto a nivel individual como comunitario¹⁶⁶.

La ética discursiva busca fundamentar la validez de enunciados morales, y la pieza básica de esa fundamentación es el principio discursivo, conforme al cual sólo son válidas aquellas normas que pueden ser asentidas por todos los posibles afectados como participantes del discurso racional. Dicho principio presupone y exige relaciones simétricas entre los participantes.

El principio “U”, como regla de argumentación, permite alcanzar consensos sobre máximas que se pueden generalizar, y su fundamentación permite al mismo tiempo mostrar

¹⁶⁴ Ibidem. p. 117.

¹⁶⁵ Ídem.

¹⁶⁶ VELASCO J.C: Op.cit. p. 171.

que las cuestiones práctico-morales pueden decidirse mediante razones. Habermas explica que las éticas cognitivas se aferran a la cuestión de la veracidad en los asuntos prácticos¹⁶⁷. Y es formalista “En la medida en que la ética discursiva distingue la esfera de validez del deber ser de las normas de acción, delimita el ámbito de lo moralmente válido frente al de los contenidos valorativos culturales¹⁶⁸”. Agrega Habermas que es bajo este punto de vista deontológico de la rectitud normativa que puede extraerse de la multiplicidad de cuestiones prácticas las que son susceptibles de decisión racional.

El principio ético discursivo exige al principio de universalización la consecución de un acuerdo consensuado.

“Para la ética discursiva una norma únicamente puede aspirar a tener validez cuando todas las personas a las que afecta consiguen ponerse de acuerdo en cuanto a participantes de un discurso práctico (o pueden ponerse de acuerdo) en que dicha norma sea válida¹⁶⁹”.

El discurso que Habermas presenta cuenta con unas reglas que se aceptan tácitamente y se conocen de modo intuitivo¹⁷⁰, usando el método propio de la filosofía –la reflexión trascendental- y aplicando al fáctum de la argumentación. El consenso se establece de modo discursivo¹⁷¹. Así pues, la ética de Habermas se inscribe en la pragmática universal, que concibe el uso del lenguaje orientado al entendimiento como el uso original del mismo:

“(…) el empleo del lenguaje orientado al entendimiento es el modo original, frente al que el entendimiento indirecto, la comprensión indirecta, el dar a entender o el hacer que el otro conciba tal o cual opinión, se comporta de forma parasitaria¹⁷²”.

La pragmática universal de Habermas busca identificar y construir las condiciones universales del entendimiento posible. Cree que el lenguaje es el medio de dicho entendimiento y, por tanto, el principal elemento para la coordinación de la acción humana. Por ello es que las condiciones del entendimiento posible coinciden con los presupuestos universales de la acción comunicativa.

¹⁶⁷ HABERMAS, J: *Conciencia moral y acción comunicativa*. Op.cit. p. 60.

¹⁶⁸ *Ibidem*. p.142.

¹⁶⁹ *Ibidem*. p. 86.

¹⁷⁰ *Ibidem*. p.115.

¹⁷¹ *Ibidem*. p..113.

¹⁷² HABERMAS, J: *Teoría de la acción comunicativa, I*. Op.cit. p. 370.

El rol de la prensa en Habermas

A continuación desarrollaremos las ideas de la teoría de la acción comunicativa que nos parecen claves para entender la función que de la propuesta habermasiana se desprende para la prensa. Para ello utilizaremos los siguientes conceptos: a) Verdad, b) Vigencia social y validez, y c) Democracia y el papel de la filosofía.

Verdad

El concepto de verdad habermasiano concuerda con la exigencia hecha a la prensa de que la información que entregue sea verdadera. El periodista, en tanto testigo directo e investigador, tiene acceso a unos contenidos, o presencia unos hechos, de los cuales hace una narración “filtrada” por él mismo en tanto que sujeto en un contexto y desde una determinada perspectiva. Esto no significa que estemos aquí intentando recuperar la exigencia de objetividad que ya fue en su momento descartada o matizada como exigencia profesional del periodista¹⁷³.

La aproximación que Habermas hace al concepto de verdad:

- Reconoce la posibilidad de dar cuenta de hechos verdaderos o falsos, por tanto, admite la posibilidad de informar o de no hacerlo: la materia prima de la información es –debe ser- la verdad.
- Deja de lado el concepto de correspondencia que tanto ha enturbiado el trabajo de periodistas, dado lo fácil que resulta abdicar de la verdad cuando se trata de algo inalcanzable e incluso inexistente. Para algunos resulta mucho más cómodo escudarse en un pluralismo –relativismo- entendido como suma de voces diversas para legitimar un “todo vale” a la hora de informar.
- Al tratarse de un concepto que contempla procedimientos y reglas del juego, puede hacer las veces de brújula a la hora de informar.

Vigencia social y validez

La distinción que hace Habermas entre vigencia y validez permite entender mejor el actual funcionamiento de la prensa. Si confundimos ambos conceptos o nos conformamos con la

¹⁷³ Después de que en el siglo XIX se consolidó la empresa periodística, se impuso en las salas de prensa la idea de que la objetividad o neutralidad era un estándar del periodismo de calidad basado en la respuesta de las 5 “w” (what, who, where, when, why). En este contexto nació la *Associated Press*. La fórmula de objetividad buscaba revertir la crisis de confianza en que habían caído los medios de la época por su periodismo tendencioso. Sin embargo, ya a principios del siglo XX comenzaron a desarrollarse reacciones como con el surgimiento del periodismo interpretativo de la revista Times en 1923.

Cfr. GRONEMEYER, M. E: “El periodismo como vocación y opción creyente“, En *Teología y Vida*, volumen XLIV (2003) p. 48- 67.

vigencia, corremos el riesgo de mantener la actual situación: ciudadanos que desconfían de una prensa que pareciera que abdica de su función democrática.

La vigencia de un uso –norma, ley, etc.- tiene relación con la fuerza coercitiva (social o legal), mientras la validez apunta a la legitimidad. En el caso de la prensa se requiere de ambos: por una parte, que la función democrática de la prensa sea válida y, por otra, que el trabajo profesional de los periodistas esté normado de modo que si hay transgresiones exista una fuerza coercitiva que sancione. Ahora bien, Habermas ve una relación de complementariedad entre la moral y el derecho, por una común participación de la razón práctica. Dicha vinculación es un tema ampliamente trabajado por el autor en el que no entraremos ahora en profundidad, pero sí rescatamos la idea de que existe un vínculo entre moral y derecho, entre lo justo y un marco regulatorio que pueda sancionar.

Por ahora nos interesa destacar que una vez reconocidas las limitaciones del discurso moral –que las hay o las puede haber- es necesario introducir procedimientos para corregirlas que tienen que ver con la facticidad. Mientras, la validez de las normas debe emanar de un diálogo que conjuguen los intereses de los involucrados. En el caso de la prensa, la distinción habermasiana entre vigencia y validez permite conjugar los intereses de los ciudadanos, que confían en que se les satisfaga su derecho a estar informados de la mejor manera, con los de los periodistas de hacer bien su trabajo, y con los de una empresa, el medio de comunicación, que debe vivir comercialmente pero cuyo sentido originario no debe ser otro que cumplir con el deber informativo.

Democracia y el papel de la filosofía

El reconocimiento y la importancia que Habermas otorga a la democracia no implican que ignore la tarea que desempeñan o deben desempeñar los filósofos. Reconoce que la filosofía ha ejercido, erróneamente a su juicio, como juez de la cultura, y recomienda recuperar la función de intérprete y vigilante, que revitalice su tarea como intérprete del mundo vital y mediador en las relaciones sociales: “Aunque la filosofía abandone las funciones de acomodador y juez, puede y debe mantener otras más modestas como vigilante e intérprete¹⁷⁴”. Afirma que, en concreto, la filosofía moral tiene la tarea de ayudar a la clarificación de las intuiciones cotidianas obtenidas por la vía de la socialización¹⁷⁵.

Habermas entiende la democracia como ámbito y terreno del uso práctico de la razón. Cree necesario activar los espacios públicos de debate y de discusión, en los que a la prensa le cabe un rol. Habermas ha sido crítico con el papel desempeñado por la prensa por considerar

¹⁷⁴ HABERMAS, J: *Conciencia moral y acción comunicativa*. Op.cit. p. 14.

¹⁷⁵ *Ibidem*. p.65.

que como ‘medios de comunicación de masas’ han contribuido a la progresiva dilución del concepto de opinión pública¹⁷⁶.

Nosotros creemos, sin embargo, en la posibilidad de que la prensa se comporte como catalizadora de la formación de opinión pública si permanece fiel a su función democrática. La propuesta habermasiana nos sitúa en el plano de la búsqueda de entendimiento, y una ética guiada por acciones orientadas al entendimiento nos permite refundar la función democrática de la prensa. En cambio, una ética cuyas acciones sean estratégicas probablemente nos sitúe en un panorama mediático similar al que tenemos hoy en día: prensa guiada por intereses extra informativos que desconocen y/o ignoran su rol democratizador.

Discusión en torno a la propuesta de Habermas

La acción comunicativa, nos dice Habermas, es aquella interacción mediada lingüísticamente en la que sus participantes persiguen sólo fines ilocucionarios. Precisamente porque los actos perlocucionarios tienen fines no declarados, los deja fuera de las acciones comunicativas cuyo objetivo es entenderse. Y esto resulta valioso a la hora de pensar en un marco de responsabilidad para la prensa, dado que uno de los problemas que hemos detectado al interior de ésta es la superposición de fines no declarados: propaganda como información, noticias que no son noticia pero que significan una alta audiencia, etc.

Habermas¹⁷⁷ formula un procedimiento centrado en la capacidad argumentativa y en la convicción de que a través de los argumentos se puede alcanzar el entendimiento, al que se llega mediante la reflexión racional de verdades sometidas a críticas. La ética discursiva plantea, por tanto, un procedimiento normativo basado en los aspectos de racionalidad y comunicación y cuyo principal instrumento es el lenguaje. Piensa que el uso primario del lenguaje es el entendimiento; pero la comunicación tiene problemas que en ocasiones impiden que el proceso comunicativo se produzca, por eso se hace necesario un método para su obtención: el discurso o debate. De esta manera, infiere que el discurso es una forma de restablecer una comunicación que está en riesgo. De ahí que, para lograr esa comunicación, la simetría y la igualdad sean condiciones para asegurar que se impongan los mejores argumentos.

¹⁷⁶ HABERMAS J: *Historia y crítica de la Opinión pública*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 1981, p. 271 y s.s.

¹⁷⁷ En general, en lo que se refiere a la ética discursiva, aún cuando en este capítulo sólo nos referimos a Habermas, se trata de una propuesta conjunta con Karl-Otto Apel. De momento sólo hemos hecho mención a Habermas porque nos pareció la forma más adecuada de hacer la comparación con la propuesta de Richard Rorty. No obstante, más adelante haremos una nueva decantación, esta vez por Apel.

Los aspectos de la ética discursiva que nos hacen pensar que es un terreno propicio para la reflexión sobre la función de la prensa son que es una ética basada en la racionalidad, que es deontológica, universal y vinculada con la responsabilidad. A continuación se darán las razones para destacar cada uno de estos aspectos.

Ética basada en la racionalidad

La ética discursiva nos parece un marco ético propicio para la prensa por el papel que en ella tiene la racionalidad. Es una propuesta tanto reflexiva como comunicativa y, por tanto, argumentativa, y nos sitúa en el ámbito de la toma de decisiones morales en el contexto del día a día. En palabras de Adela Cortina: “(...) *el concepto de razón descubierto nos muestra que sobre las cuestiones morales se puede y debe argumentar, ya que siguiendo el principio formal de la ética discursiva es posible medir la corrección y la incorrección de las normas morales*¹⁷⁸”. Además de que, como comentábamos “(...) *la aplicación del principio de la ética discursiva nos permitirá distinguir entre la validez lógica de una norma y su mera vigencia fáctica*¹⁷⁹”.

Se trata de una ética dialógica que pretende revitalizar la fundamentación de normas utilizando para ello elementos de la teoría de la comunicación¹⁸⁰. Y en este modelo comunicativo el lenguaje sólo es relevante desde el punto de vista pragmático, cuando los hablantes contraen relaciones con el mundo y lo hacen de un modo reflexivo. Que el entendimiento funcione como mecanismo coordinador de la acción significa que los participantes en la interacción se ponen de acuerdo sobre la validez que pretenden porque reconocen intersubjetivamente las pretensiones de validez con las que se presentan unos frente a otros¹⁸¹.

Ética deontológica

Esta es una propuesta deontológica dado que se plantea como un mecanismo para alcanzar lo justo, que no es otra cosa que lo bueno para todos. Es deontológica “en la medida que se ocupa de la vertiente normativa del fenómeno moral y prescinde de las cuestiones referentes a la felicidad y la vida buena¹⁸²”. En el caso de la prensa, su aplicación en tanto método referido a lo justo nos sitúa en un lugar privilegiado, porque la entrega de información debe ser un acto de justicia, dar a cada ciudadano lo suyo, la información que requiere para tomar decisiones en sociedad.

¹⁷⁸ CORTINA, A: Op.cit. p.552.

¹⁷⁹ Ídem.

¹⁸⁰ Ibídem. p.537.

¹⁸¹ HABERMAS, J: *Teoría de la acción comunicativa, I*. Op.cit. p. 143.

¹⁸² Ibídem. p.553.

El método discursivo

El método de la ética discursiva, el discurso práctico, tal como lo explica Habermas, es un proceso mediante el cual toda persona afectada por una acción pueda convencerse de que, en las circunstancias dadas, la norma propuesta es igualmente buena para todos¹⁸³. Eso nos remite a la posibilidad de universalidad en el fundamento de unas determinadas normas que orienten la función de la prensa en las democracias actuales. Como método reconoce la facultad así como la posibilidad de “aclararse”, abre las puertas a la opción de discernir de manera individual sobre un interés que involucra a más personas. Por otra parte, también parece acertado pensar que el guía sea el interés común, del mismo modo que el método sea el mejor argumento, sin olvidar la condición de la simetría habermasiana.

Dicha simetría es muy valiosa para el trabajo de la prensa porque una de las principales dificultades que ésta encara es el enfrentamiento de distintos “tipos” de intereses: comercial o económico, periodístico y político. Son diferentes porque corresponden a otros ámbitos y, por tanto, tienen –aunque no siempre sea así– distinto peso específico. Cuando las relaciones no se rigen por el peso que cada uno de estos ámbitos debe tener, se generan relaciones asimétricas. Hay áreas en las que unos quedan excluidos de la capacidad de acción de otros, dado que uno de los problemas que el ejercicio de la profesión presenta es el abuso en las asimetrías existentes en las relaciones dentro de las empresas informativas.

Tal y como el mismo Habermas explica, el valor del discurso práctico reside justamente en que los afectados intentan poner en claro un interés común, mientras que al negociar un acuerdo entran en competencia intereses particulares y contrapuestos que pretenden compensarse¹⁸⁴. En sus palabras, entenderse es un “proceso de obtención de un acuerdo entre sujetos lingüísticamente e interactivamente competentes¹⁸⁵”. Dicho acuerdo debe ser: a) aceptado como válido por los participantes; b) alcanzado comunicacionalmente, es decir, tiene que tener una base racional, no es una coincidencia puramente fáctica; y c) se basa en convicciones comunes¹⁸⁶. Habermas afirma que el entendimiento es inmanente como télos del lenguaje humano y ambos, lenguaje y entendimiento, no se comportan como medio-fin porque se trata de acciones con intención comunicativa¹⁸⁷.

¹⁸³ HABERMAS, J: *Conciencia moral y acción comunicativa*. Op.cit. p. 92.

¹⁸⁴ *Ibidem*. p. 94.

¹⁸⁵ HABERMAS, J: *Teoría de la acción comunicativa, I*. Op.cit. p. 368.

¹⁸⁶ *Ídem*.

¹⁸⁷ HABERMAS, J: *Teoría de la acción comunicativa, I*. Op.cit. p. 369.

Ética universalista

También queremos mencionar el hecho de que se trate de una ética universalista.

“La lógica del discurso práctico nos ha conducido a desvelar una ética universalista a través del principio de universalización, entendido como regla de argumentación. Esto le proporciona un marco para responder solidariamente –no estratégicamente– a los retos de la razón científico-técnica, cuyas consecuencias tienen hoy un alcance universal, pero también nos pertrecha del mínimo de unidad indispensable para que una sociedad descentrada pueda mantener su intersubjetividad¹⁸⁸”.

Y no se trata de cualquier universalización, sino de la alcanzada a través de la argumentación; se trata de un principio de justicia aplicado al proceso argumentativo. La propia estructura de la comunicación que se produce entre quienes participan en una discusión excluye toda coacción que, no siendo un argumento mejor, influya sobre el proceso de comprensión¹⁸⁹.

Una ética vinculada con la responsabilidad

El marco teórico de Habermas conduce a entender el papel de la prensa como acciones morales (justas) regidas por el principio de la responsabilidad. “De la ética discursiva se derivan los puntos de vista de la ética de la responsabilidad para un enjuiciamiento del futuro de las consecuencias secundarias de la acción colectiva¹⁹⁰”. Una vez revalidada la función democrática de la prensa a partir de la responsabilidad que tiene como actor de los procesos democráticos, se puede también aterrizar el principio de responsabilidad para enjuiciar éticamente la acción colectiva de, en este caso, los profesionales.

Más adelante desarrollaremos esta idea, por ahora destacamos el lugar de la responsabilidad: creemos que además de repensar las categorías morales que permiten orientar el trabajo de los periodistas desde un punto de vista ético, resulta indispensable apuntar que existe una responsabilidad, que es social, y que va más allá de un cálculo de consecuencias.

¹⁸⁸ CORTINA, A: Op.cit. p.561.

¹⁸⁹ HABERMAS, J: *Conciencia moral y acción comunicativa*. Op.cit. p. 112.

¹⁹⁰ *Ibidem*. p.131.

JUSTIFICACIÓN O VERDAD EN LA PRENSA: LA OPCIÓN POR HABERMAS

Se ha expuesto la necesidad de revisar ciertas categorías morales con las que ha operado y opera la prensa. Y para hacer esa revisión resulta imprescindible hacerlo desde un lugar determinado, de ahí nuestra insistencia en optar y tomar una postura. Para ello hemos considerado la interpretación pragmática de Richard Rorty y la modernidad crítica de Jürgen Habermas. A continuación expondremos los motivos que nos hacen optar por una prensa “a la habermasiana”.

El modelo propuesto por Jürgen Habermas nos parece más propicio para la relegitimización del rol democratizador de la prensa y la revisión de sus categorías morales. Habermas reconoce que dicha función es normativa, planteando el papel del lenguaje y de la acción comunicativa desde un plano moral. Su modelo es racional y cognitivo y cree posible el entendimiento considerando la existencia de contextos interpretativos (horizonte compartido) a la vez que apela a un fondo universal. Tanto la manera en la que entiende el lenguaje, así como la importancia social asignada a la coordinación de las acciones, son dos rasgos que hacen de la propuesta habermasiana un marco propicio para una propuesta ética para la prensa en las sociedades actuales. La prensa requiere de un modelo regulativo para sus acciones pero ese modelo no puede sino ser asumido a partir del acuerdo resultante de la libre discusión.

Se trata de una propuesta que entiende la acción comunicativa como un proceso cooperativo de interpretación¹⁹¹, proceso al que la prensa puede colaborar. El entendimiento es el resultado de la verdadera comunicación y la prensa debe estar al servicio de él. Asimismo, dado que se trata de una perspectiva deontológica, permite replantear aquello que hemos llamado categorías morales como principios orientadores del actuar profesional. Como hemos mencionado antes, una revitalización de la función democrática de la prensa posibilita una aplicación concreta a la deontología profesional. En este sentido, es relevante que los supuestos de la ética discursiva tengan aspiración de validez normativa, porque al haberla, existe también la posibilidad de ser guía del trabajo de los periodistas. Resulta crucial el hecho de que las normas sean fundamentadas a través del diálogo, dado que el diálogo compromete y, al haber compromiso, hay también responsabilidad. Cómo, si no de esta forma, a través del mejor argumento, se podría lograr un marco ético apropiado para la prensa en las sociedades actuales.

¹⁹¹ HABERMAS, J: *Teoría de la acción comunicativa*, I. Op.cit. p. 146.

Por otra parte, no podemos dejar de mencionar que compartimos de la propuesta habermasiana su consideración del desarrollo moral. Aunque toma distancia y crítica¹⁹² algunos aspectos de la teoría del desarrollo moral de L. Kohlberg, en términos generales se queda con la idea de que existe un desarrollo moral y un aprendizaje, rasgos que consideramos vitales a la hora de plantearnos un marco ético para la prensa. La función democrática de ésta exige hoy en día una revisión del marco ético que resguarda dicha función, así como un replanteamiento de la deontología de la profesión periodística.

El contexto democrático

Mientras Rorty descarta la necesidad de cualquier tipo de fundamentación para las instituciones democráticas, Habermas afirma que hay que esperar que dichas instituciones tengan alguna fundamentación firme. Rorty invita a pensarlas como herramientas que se justifican por el éxito que tengan a la hora de promover propósitos democráticos. En el caso concreto de la prensa, ¿bastaría, por ejemplo, con que hubiese amplia cobertura? es decir, ¿es suficiente que un número alto de personas puedan tener acceso a la prensa o es necesario decir algo más sobre los contenidos? Sin fundamentación resulta difícil pensar en un marco que ampare el rol democratizador de la prensa, rol que por cierto, Rorty no explicita con claridad. Asigna a la prensa la función de narradora –entre otros- para lograr esperanza entre los ironistas liberales.

Aunque la definen de manera distinta, tanto para Habermas como para Rorty la democracia es un tema relevante. No obstante, no sucede lo mismo con la importancia atribuida a la filosofía: Rorty afirma que si hay que optar entre ambas, es más relevante la democracia. Así como, a su entender, la verdad es irrelevante para la democracia, lo mismo sucedería con la filosofía. Y aunque a primera vista podría parecer que no incide directamente en la función de la prensa, sí que lo hace, puesto que la filosofía, la reflexión filosófica, es la que posibilitaría la fundamentación y con ella, la revitalización y redefinición de esa función. Se necesita de una filosofía para la prensa desde donde reflexionar sobre la relación con la verdad, el uso del lenguaje, la relación con la racionalidad, su misión democrática y la transformación tecnológica, por mencionar algunos de los desafíos que se nos presentan hoy.

Habermas, por su parte, es crítico con la tarea que desempeñan los filósofos, pero no por ello le resta importancia. Como ya dijimos, él invita a recuperar la función de intérprete, dejando aquella que ha ostentado hasta ahora: de acomodador y de juez. En este caso, el filósofo debiera ser vigilante de que la democracia funcione e intérprete de lo que en ella sucede. Desde la ética, desde la filosofía como intérprete, se puede colaborar en concreto a

¹⁹² Cfr. HABERMAS, J: *Conciencia moral y acción comunicativa*. Op.cit. p. 199 y s.s.

redefinir la función de la prensa. Dice Habermas que, en su crítica de la filosofía, Rorty amplía los argumentos que permiten dudar de que la filosofía pueda cumplir sus funciones de acomodador y juez. Sin embargo, menos le convence la consecuencia que de ella extrae Rorty: al prescindir de aquellas dos funciones la filosofía debería también renunciar a la tarea de protectora de la racionalidad¹⁹³.

Para Rorty la filosofía se transforma en conversación edificante una vez que renuncia a su intención de resolver problemas. Ante lo cual Habermas responde:

“Yo no lo encuentro convincente, ya que no podrá conseguir que una filosofía pragmática y hermenéutica (...) se contenga en conversaciones edificantes al margen de las ciencias, sin incurrir de nuevo en la espiral de la argumentación, esto es, del discurso fundamentador”¹⁹⁴.

En efecto, el debate en torno a la relevancia o no de la filosofía nos remite a uno de los puntos que más distancia a ambos: el de la fundamentación. Rorty propone permanecer indiferentes ante los desacuerdos filosóficos por equipararlos a creencias que deben permanecer en el ámbito privado. Al constatar que no se puede obtener de la filosofía respuestas convincentes y prácticas a la hora de orientar las relaciones sociales, sugiere que sea la democracia, entendida como método de obtención de acuerdos concretos, la guía de las relaciones en sociedad. Decíamos que para Rorty el consenso es el punto de llegada, no el de partida. Para Habermas la búsqueda de consenso es el punto de partida para el entendimiento, para la vida en sociedad.

Los ironistas piensan que las libertades políticas no requieren más consenso que el de su deseabilidad, sin embargo, ése ya es un consenso o punto de partida. La búsqueda de la verdad requiere de instituciones como las universidades o los medios de comunicación, por ejemplo. Y las instituciones requieren de compromiso con ellas y que se les tome en serio, y parece que la ironía liberal no da para tanto, puesto que, al menos teóricamente, abdica de fundamentar práctica social alguna, así como tampoco reconoce que ellas nos hagan responsables de algo. Asimismo, el reconocimiento que Habermas hace de la democracia y de la manera de entender los procesos deliberativos que en ella se dan, refuerzan la posibilidad de replantear la legitimidad del trabajo de la prensa en las sociedades democráticas actuales.

Aunque Rorty no pretenda hacerlo, también recurre a la fundamentación, pero no para hablar de la función de la prensa. Bajo su propuesta, la prensa “funcionaría” en tanto que herramienta exitosa, sin definir en qué consistiría aquel éxito ni profundizar en las características e implicaciones de su rol democratizador. Rorty reconoce a los medios la labor

¹⁹³ HABERMAS, J: *Conciencia moral y acción comunicativa*. Op.cit. p. 13.

¹⁹⁴ *Ibidem*. p. 23.

de narrar el dolor experimentado por otros; recomienda que los medios narren historias del sufrimiento de algunos en las que quien las lea se pueda ver reflejado, para acercarnos a la esperanza e intentar evitar aquello que compartimos, es decir, el dolor. Esto significa que les reconoce una función, aún cuando no explica a qué se deba que la tengan ni le atribuye ninguna relevancia a fundamentar dicho rol. Pero se requiere de fundamentación dado que la prensa debe informar hechos verdaderos, que esa entrega debe ser de una determinada forma, que finalmente la existencia de los medios de comunicación tiene su validez en la función social asignada por la teoría liberal, y que todo ello redundaría en una responsabilidad de la que no se pueden desligar –ni medios ni periodistas-. Y creemos que dicha fundamentación la encuentran en la acción comunicativa, dado que ésta busca el entendimiento en el contexto social y supone un papel del lenguaje y la verdad sometidos a reflexión crítica.

Así como la democracia encuentra fundamentación en la acción comunicativa, dado que ésta busca el acuerdo social, en ella reside también la fundamentación de la prensa. Por ello, bajo el paradigma habermasiano la posibilidad de fundamentar y re-moralizar la labor de la prensa pone en juego, no sólo el funcionamiento de ésta, sino también la calidad de la democracia. Tal vez el error del liberalismo sea fundamentar la prensa en la democracia, cuando en realidad hay algo que las antecede a ambas: la acción comunicativa y el método que ella supone a la hora de buscar acuerdos sociales restableciendo una comunicación que se reconoce resquebrajada. Dicho método no es otro que el discurso basado en la fuerza del mejor argumento que, una vez que ha respetado las condiciones de igualdad y simetría, se impone dado que se ha sometido a la fuerza racional de la crítica.

Rorty rechaza cualquier intento de universalización, en tanto que la propuesta habermasiana tiene aspiración de universalidad. Rorty descarta la necesidad de universalizar prácticas, de pensar en algo como una naturaleza humana o un concepto unívoco de verdad. Es por ello que afirma que la verdad no puede ser relevante para la política democrática, y exhorta a que el ciudadano más bien se ciña a la justificación. No obstante, la fundamentación permite entender la legitimidad de la prensa y del trabajo de los periodistas. Además, esa revaloración es un primer paso para posibilitar que tanto la prensa como su función social tengan vigencia y validez.

Habermas cree que “La descentración de la comprensión de mundo y la racionalización del mundo de la vida son condiciones necesarias para una sociedad emancipada¹⁹⁵”. Y dicha racionalización pasa necesariamente por la fundamentación y fundamentos sólidos, así como rasgos del proyecto de emancipación como la libertad y la justicia, son también condiciones *sine qua non* para el buen desempeño de la prensa. El proyecto emancipatorio de Habermas

¹⁹⁵ HABERMAS, J: *Teoría de la acción comunicativa, I*. Op.cit. p. 110.

permite reencontrarse con la función democrática de la prensa y revalidar la legitimidad de dicha función.

¿Vigencia o validez? Tras la evidencia de la legimitidad

Ya dijimos con anterioridad que los pragmáticos suelen sostener que la vigencia y la validez de una idea deben ser medidas por su utilidad o eficacia para lidiar con un problema dado. En este sentido, no sólo Rorty no hace una mayor diferenciación entre dichos conceptos sino que, además, define ambos en términos de la utilidad o eficiencia, lo que resulta perjudicial si se quiere pensar en un modelo ético de responsabilidad para la prensa. Si no hay una validez que respalde la vigencia del rol social de la prensa, se corre el riesgo de mantener una industria mediática como un negocio más pero camuflado de institución democrática y democratizadora. A la luz del diagnóstico que hemos hecho, podemos decir que hay unos medios que están vigentes (funcionan, en el sentido de que siguen publicando informaciones) pero cuya validez se ve menguada.

Habermas dice que la norma tiene validez con independencia de que haya sido promulgada, pero dado que vivimos en sociedades complejas nos interesa que, además de reconocer la validez de ciertas normas, estén respaldadas por alguna legislación. Esto podría tener consecuencias también en la protección y resguardo de ciertos estándares en el trabajo de la prensa. En la prensa se requiere tanto de vigencia como de validez: no basta con la entrada en vigor de una norma positiva para asegurar a la larga su validez social, y Rorty no atribuye importancia a esto.

Por todas estas razones el marco ético de responsabilidad es lo primero, para luego derivar de ahí una propuesta deontológica y jurídica para la profesión.

Contextualismo o mundo de la vida

El contextualismo propuesto por Rorty deja fuera cualquier aspiración de universalismo, a la vez que reduce las posibilidades de interpretación a unos núcleos muy definidos por una identidad cultural. No obstante, el trabajo de la prensa debe trascender ese contextualismo o, dicho de otra forma, contemplar los diferentes contextos a la hora de informar. Se deben manejar todos los datos para poder entregar hechos interpretados, puestos en referencia con otros hechos y con sus posibles consecuencias. Por supuesto que la entrega informativa se hace desde determinado contexto, pero eso no impide que el periodista considere que existen otros¹⁹⁶. De no hacerlo, pueden producirse situaciones complejas, como excluir perspectivas, opiniones o posturas diversas, lo que pondría en entredicho el actuar de la prensa.

¹⁹⁶ De hecho, el multiculturalismo y la globalización suponen un desafío no sólo a la vida democrática en las sociedades actuales, sino al trabajo mismo de los periodistas en la prensa. Sobre el multiculturalismo como desafío ético ver ROMÁN, B: “Los retos de la ética en el nuevo milenio”, en *ARS Brevis. Anuario de la Cátedra Ramón Llull*. Universidad Ramón Llull, Barcelona, 2000.

Un ejemplo de conflicto ante los diversos contextos puede encontrarse en el caso de la publicación de viñetas que hiciera el periódico danés *Jyllands Posten* en Septiembre de 2005¹⁹⁷. Sin duda alguna este caso puede ser analizado desde diferentes aristas, sin embargo, aquí quisiéramos mencionarlo como un ejemplo de cuándo la mera consideración del propio contexto puede jugar en contra de la función democratizadora de la prensa. A menudo se reduce este conflicto a un debate entre la libertad de expresión y la libertad religiosa, y en efecto, ésta es una de las discusiones que este caso plantea. Pero podemos ampliar esa reflexión si consideramos las razones que los daneses suelen aducir para respaldar la publicación de las viñetas; no sólo se trata para ellos de la defensa de la libertad de expresión, sino también de la defensa de un rasgo cultural propio, como es el hacer uso del humor negro con caricaturas de este tipo para referirse a temas políticos o sociales. Ellos consideran que éste es un rasgo cultural y que así como se debe respetar la religión de unos, se debe respetar las tradiciones de otros. Esto sería irrefutable si consideramos que el mundo está compuesto por parcelas de contexto cerradas, dentro de las cuales se pueden producir características culturales o de otra índole sin que haya relación con las parcelas contextuales vecinas.

Para bien y para mal, la globalización –concepto manido pero útil en este sentido- ha puesto a tal punto en relación cada parcela contextual con sus vecinas que, así como no es válido quemar embajadas para defender la propia religión, tampoco lo sería ignorar un conflicto internacional y una sensibilidad religiosa sólo para preservar el rasgo cultural referente al humor negro en caricaturas políticas, sobre todo si para cualquiera de las dos se hace uso de un medio de comunicación social.

En ocasiones la definición de contexto que hace Rorty estrecha y reduce las posibilidades, sobre todo si se trata de pensar en la función de la prensa. Por ello nos parece más inspirador pensar en el contexto como un horizonte, como un escenario en el que se desarrollan las acciones sociales, en el que está el trasfondo desde el cual actuamos e interpretamos las acciones –propias y ajenas-, y desde el cual se pueden o no problematizar situaciones que están ahí dadas.

Nos parece más inclusivo el concepto de mundo de la vida. Habermas reconoce en el mundo de la vida un contexto a partir del cual los participantes en la comunicación pueden entenderse. Es un sustrato no cuestionado que nos permite entendernos. El tema es que si no existe este fondo compartido –en el caso de dos personas de culturas diferentes, por ejemplo-

¹⁹⁷ En Septiembre de 2005 el periódico danés *Jyllands Posten* publicó en su tradicional sección de viñetas políticas una caricatura de Mahoma con una bomba en el turbante. Dado que en el Islam es imposible retratar al Profeta, este dibujo fue considerado una grave ofensa. En consecuencia se produjeron diversos y aislados atentados en contra de algunas embajadas danesas en países árabes, así como quema de banderas danesas como muestras de repudio. El periódico y el caricaturista se negaron a pedir disculpas por considerar que la publicación era parte de la libertad de expresión y de la tradición cultural de hacer viñetas de humor de la situación política nacional e internacional.

Habermas reconoce la posibilidad de comunicarse porque existe –no de facto, pero puede existir- una apertura existencial a la comunicación. Rorty, en cambio, abdica de la posibilidad de entendimiento si no se comparte el mismo contexto. Esto, además de restringir las posibilidades de entendimiento, resulta también pragmáticamente arriesgado, dado el contexto actual en el que resulta cada vez más difícil no verse en la necesidad de entenderse con personas de contexto o culturas distintas.

Tanto la globalización como la inmigración nos presentan un escenario que nos obliga a comunicarnos –si es que queremos hacerlo, claro- con personas de otros contextos culturales y geográficos. Negar la posibilidad de entendimiento si no se comparte el contexto, minimiza las posibilidades de acción de la prensa, dado que su tarea consiste únicamente en dar con la información y transmitirla, incluso si es complicada o contiene códigos culturales diferentes. La función de la prensa es dar información para tomar decisiones en sociedad, pero esa información en ocasiones es compleja, o está mediada por códigos culturales que no conocemos, entendemos y/o compartimos. Pero la prensa, incluso si no comparte el contexto de esas informaciones, debe, además de constatarla, descifrarla y completarla, explicarla de la manera más sencilla y con todos los antecedentes que permitan comprenderla. Entendido el entorno como algo más amplio, como un horizonte móvil y complejo, el mundo de la vida es algo más profundo que el contexto, aunque el contexto, los datos sobre la ubicación geográfica y la cultura compartida, también forman parte de él.

¿Verdad o justificación? El papel de la verdad

Habermas otorga valor al concepto de verdad, hace un intento por definirla y eso resulta valioso, dado que la prensa no puede prescindir de la verdad, al ser ésta condición de la información. Si la información que se entrega a través de la prensa no es verdad, entonces no es información. Por su parte Rorty rechaza que la verdad sea una aspiración común. La aspiración común para Rorty es que no exista el sufrimiento, en tanto la verdad sería el resultado de la libre discusión. Resulta algo desconcertante que reconozca que la libre discusión es relevante para la vida democrática al mismo tiempo que propone el reemplazo de la verdad por la justificación, porque le parece irrelevante la primera para la vida política.

Y es precisamente ese desconcierto el que nos hace pensar que finalmente Rorty no niega la existencia de la verdad, sino que su propuesta consiste en desentendernos de ella. Y aunque desde alguna perspectiva, negar la existencia de la verdad o desentenderse de ella pueda tener el mismo efecto a la hora de pensar en el trabajo de la prensa, desde el punto de vista de la reflexión crítica sobre su legitimidad no es lo mismo, porque finalmente vuelve a aparecer el problema de la verdad. Sobre todo porque la tarea de la prensa es informar sobre hechos verdaderos, si no es así, no se está informando.

Mientras Habermas define la verdad como el resultado del proceso comunicativo y como pretensión universal de validez previa a cualquier proceso comunicativo, Rorty no la ve como el resultado de proceso alguno sino que la vincula con la contingencia del lenguaje, descartando un uso de la verdad como fundamento o como explicación. Por ello es que Rorty pretende sustituir la verdad por una justificación, entendida como la respuesta concreta a una pregunta puntual.

Rorty comparte con Habermas la tesis de que la única fundamentación general del criterio de verdad que podemos hacer es la que se refiere a una comunicación sin distorsiones. No obstante, Rorty cree que no es mucho lo que puede decirse de esta comunicación sin distorsiones, salvo que es aquella que se logra cuando se cuenta con instituciones políticas democráticas y con las condiciones para hacer que esas instituciones funcionen. Y aunque ese reconocimiento ya nos parece bastante, Habermas afirma que hay muchísimo más por decir¹⁹⁸; además de reconocerla como condición de posibilidad de la libre discusión, añade que la comunicación sin distorsiones debe ser una comunicación simétrica, pública, sin ninguna coacción más que la del mejor argumento, entre otras cosas.

Por otra parte, ambos entienden la justificación de diferentes maneras: mientras Rorty afirma que se refiere a aquello que sirve en determinado momento y lugar –por ello reconoce unas normas de aceptabilidad históricas-, Habermas emplea el concepto de justificación con otro sentido: “Justificación quiere decir exclusivamente que los afectados tienen buenas razones para decidirse por una forma común de acción (...)”¹⁹⁹. No es un reemplazo de la verdad sino aquello que hace que un hablante se incline por unas u otras razones a la hora de argumentar. Y para Habermas las reglas del proceso comunicativo son tan importantes como el resultado.

Dado que la prensa necesita informar sobre hechos y que existe el problema de la posibilidad de acceder a la verdad, nos parece más adecuado pensar con Habermas que se darán argumentos, interpretaciones o justificaciones que estarán constantemente sometidos a prueba, en tanto puede llegar un mejor argumento para debatirse con el original. De esta manera, además de darse la posibilidad de debate y de no creer que “la Verdad” sea posesión de uno o de unos cuantos, se dispone de un mecanismo de constante contraste.

Ambos filósofos manifiestan aprecio por la democracia y por la libre discusión, así como por los resultados que de ella se pueden obtener. Habermas sitúa así en el discurso –debate o libre discusión- el lugar para que se produzca el entendimiento, para que se alcance el consenso universalmente válido. Para Rorty la libre discusión tiene el valor de un encuentro del que se puede obtener una buena justificación para la mayoría en un momento dado.

¹⁹⁸ RORTY R: *Contingencia, ironía y solidaridad*. Op.cit. p. 102.

¹⁹⁹ HABERMAS, J: *Conciencia moral y acción comunicativa*. Op.cit. p. 96.

La falta de claridad en la propuesta rortiana a la hora de describir el papel que tiene o debe tener la prensa en las democracias liberales se refuerza con las definiciones que Rorty hace de ciertos conceptos, que alejan todavía más su propuesta de la que nos parece es la función de la prensa en las democracias de hoy. Rorty decide que en el caso de la verdad el uso de advertencia es el único del que no podemos prescindir con facilidad, cuando se advierte que una creencia puede estar justificada y no ser verdadera. Pero podemos fácilmente objetarla, por una parte, ¿cómo reconoce Rorty que no es verdadera? Y, por otra, ¿qué sucede cuando queremos hablar sobre la verdad de la narración de un hecho y no de una creencia? Uno de los riesgos que conlleva el trabajo de los periodistas en los medios es llenar periódicos, informativos, programas de radio o páginas de Internet de creencias u opiniones personales muy bien justificadas sin contar con narraciones de hechos verdaderos. Es tanto o más valioso que ofrecer las justificaciones (creencias u opiniones) de expertos o columnistas, que los ciudadanos se enteren de lo que pasó y se formen sus propias opiniones y creencias.

Su punto de partida es que sólo se puede trabajar con aquello que se puede reconocer²⁰⁰ y, según Rorty, la justificación se puede reconocer, en tanto que la verdad no. Precisaremos a continuación algunos argumentos que da el filósofo estadounidense para inclinarse por hablar de justificación y que nos parecen que van en detrimento de la función de la prensa:

1. La prensa da informaciones, narraciones de hechos. Si sólo contamos con Justificaciones, que Rorty refiere a creencias, implícitamente se reduciría o aniquilaría el espacio para las informaciones de hechos (el dato duro, en jerga informativa), quedando limitado el espacio sólo a creencias, opiniones, interpretación o entretenimiento.
2. Siguiendo con la argumentación rortiana, el autor explica que tal como lo señalara James, para que valga la pena discutir una diferencia, ésta tiene que ser relevante en el orden práctico²⁰¹. Ahora bien, ¿quién decide si una diferencia resulta relevante en el orden práctico, si vale la pena discutirla? ¿quién y cómo se delimita el orden práctico en los diferentes contextos o situaciones? ¿quién o qué oficia de “moderador invisible” a la hora de evaluar las diferencias?
3. Agrega que “En mi opinión, la única diferencia de este tipo –que tenga repercusiones en el orden práctico- que existe entre verdad y justificación es la diferencia entre viejas audiencias y nuevas audiencias²⁰²”; es decir, la diferencia entre el carácter condicional de la justificación *versus* el carácter incondicional de la verdad²⁰³. El

²⁰⁰ RORTY, R: *El pragmatismo, una versión. Antiautoritarismo en epistemología y ética*. Op.cit. p. 82.

²⁰¹ *Ibidem*. p. 88.

²⁰² *Ídem*.

²⁰³ *Ibidem*. p. 90.

precio a pagar por la incondicionalidad es el de la irrelevancia práctica²⁰⁴. Sin embargo, si pensamos en el trabajo de la prensa sucede todo lo contrario: la información será tal y servirá al funcionamiento de la democracia, en tanto que sea verdadera. Si intencionalmente se informa que la temperatura máxima del día de hoy será 10°C y finalmente la máxima resulta ser 3°C, la irrelevancia práctica sucede precisamente por la condicionalidad de la información. ¿Cómo tomamos decisiones si no contamos con la información adecuada? Cuántas veces no oímos quejas de personas por la falta de precisión, de oportunidad, de verdad de las informaciones que leemos, vemos y/o escuchamos. Harry Frankfurt afirma en *Sobre la verdad*:

“El valor pragmático de la verdad se manifiesta, para el ingeniero, en informes sobre cosas tales como la resistencia a la tensión y la elasticidad de los materiales; para el médico, en análisis de, por ejemplo, la concentración de leucocitos en la sangre; para el astrónomo, en descripciones de las trayectorias de los cuerpos celestes, etcétera”²⁰⁵.

En el caso de la prensa, podemos añadir que la información periodística pierde relevancia práctica²⁰⁶ si no es fiable, si no es incondicional, si no es verdad.

4. Para Rorty las afirmaciones que podamos hacer, por extensión, las informaciones que podamos dar, dependen de su posibilidad de justificación ante determinada audiencia. Ni siquiera le parece relevante preguntarse sobre la existencia de algunas afirmaciones que pudiesen tener una validez que trascienda el contexto de la audiencia actual. Sostiene que creer que mi afirmación depende del contexto o es universal no supone ninguna relevancia de orden práctico²⁰⁷. Hay ocasiones en que esta diferencia tiene relevancia de orden práctico, como por ejemplo cuando se legisla en torno a algo. Por otra parte, también tiene relevancia a la hora de definir la función de la prensa en democracia. La función de la prensa que se desprende de la propuesta pragmática de Rorty no parece lo suficientemente sólida para sostener el derecho a

²⁰⁴ *Ibidem.* p. 91.

²⁰⁵ FRANKFURT H: *Sobre la verdad*. Paidós, Barcelona, 2007, p. 116. Título original: *On truth*. Knopf, Nueva York, 2006.

²⁰⁶ Entre los argumentos que da Harry Frankfurt sobre el valor y la importancia de la verdad están que posibilita emitir juicios y tomar decisiones informadas sobre la manera de gestionar asuntos públicos; que las verdades consisten en una descripción precisa de las propiedades de los objetos y las situaciones reales que debemos manejar a la hora de actuar. Esto además de que, según Frankfurt, ser *racional* es una cuestión de ser sensible a las razones y las razones están constituidas por hechos que pueden ser verdaderos o falsos. También se refiere a las implicaciones prácticas de la verdad en las relaciones personales, tales como la confianza que nos produce una persona que dice la verdad – sabemos que podemos confiar en ella–, sumado a las sensaciones de calma, relajación y seguridad que experimentamos cuando nos dicen la verdad.

²⁰⁷ RORTY, R: *El pragmatismo, una versión. Antiautoritarismo en epistemología y ética*. Op.cit. p. 88.

estar informado de los ciudadanos, ni ser parte del engranaje democrático. Asimismo, dado que para Rorty pensar en algo como unos derechos inalienables es una construcción cultural y como tal propia de cada contexto, que no exista libertad de prensa y no se entienda la información como un derecho en algunos países es algo totalmente legítimo, en tanto que es el resultado de la propia cultura²⁰⁸.

COROLARIO DEL CAPÍTULO SEGUNDO

El motor del proyecto habermasiano es la búsqueda de fundamentos, mientras que la propuesta de Rorty se basa en cómo organizar la vida social después de haber renunciado a ellos. Para Habermas la meta de la comunicación social es el entendimiento, mientras para Rorty dar relatos esperanzadores, y eso no es suficiente para legitimar la función democrática de la prensa ni para dar un marco ético al ejercicio profesional de los periodistas. El ironista liberal debe criticar para abrir horizontes de esperanza, por tanto, el trabajo de los periodistas será de ironía. La gran diferencia es que Habermas considera unos conceptos últimos: la pretensión de validez y el consentimiento de los afectados. Esto es último, no coyuntural, sino condición de posibilidad para que haya una coyuntura. Se trata entonces de unas reglas del juego lingüístico que van más allá de lo cultural y de lo contingente.

Pero la ironía también tiene unas reglas del juego, lo que sucede es que Rorty abdica de la pretensión de validez ¿Es posible no tomar en serio las condiciones de posibilidad de la ironía? Hacerlo es último, de alguna manera significa también fundamentar. Por eso parece haber una contradicción lógica al que no querer considerar conceptos últimos. Hay ocasiones en que la realidad interpela de tal forma que no podemos quedarnos simplemente en la contingencia: ni el periodista que informa, ni el medio de comunicación que difunde, ni el ciudadano que se entera.

La propuesta cognitiva respalda el “yo estuve allí” porque al informar se adquiere un compromiso, es ineludible, y Rorty no se hace cargo de él. Habermas defiende una posición cognitiva en materia de ética y presenta la pregunta por la fundamentación de las normas y los mandatos morales²⁰⁹. El desarrollo de un marco ético que permita a la prensa recuperar el reconocimiento social de su función democratizadora requiere de fundamentación.

²⁰⁸ Sería interesante saber cómo resolvería Rorty el dilema que se da en ocasiones en países donde la población -al menos una parte de ella- considera que sí es parte de su cultura la libertad de prensa y el derecho a estar informados, mientras su presidente o quienes gobiernan y los que lo apoyan no están de acuerdo.

²⁰⁹ HABERMAS, J: *Conciencia moral y acción comunicativa*. Op.cit. p. 76.

Rorty aboga por la búsqueda de la solidaridad, pero se trata de una solidaridad visceral que resulta del pacto de respaldar a los que pertenecen a los nuestros. En Habermas la solidaridad es normativa, es un llamamiento que recuerda que hay acontecimientos que deben remover interiormente. Es también el resultado del diálogo y por eso compromete, hay un nivel normativo por encima de las discusiones viscerales.

Dado el rol que tiene la prensa como coadyuvante a la tarea de la democracia, vemos la necesidad de trabajar en un marco ético de responsabilidad que respalde su trabajo hoy. Una vez reconocido ese rol para la vida democrática y habiendo establecido aquel marco de responsabilidad, creemos que es indispensable abordar aspectos puntuales de la ética de la profesión de los periodistas.

Porque como dice Habermas, “Las ideas sobre la vida buena no son imaginaciones que flotan como un deber abstracto, sino que impregnan la identidad de grupos y personas de tal modo, que constituyen una parte de cada cultura y personalidad²¹⁰”. Esas ideas sobre la vida buena que impregnan la identidad de grupos, también se refieren a las ideas sobre el buen quehacer profesional. Hasta ahora hemos trabajado la necesidad del marco de responsabilidad, intentando dar argumentos para la revalidación de la legitimidad del rol de la prensa. Ahora nos introduciremos en la propuesta de una ética de la responsabilidad que respalde esa labor.

²¹⁰ Ibidem. p. 207.

CAPÍTULO III

ÉTICA DE LA RESPONSABILIDAD PARA LA ERA MEDIÁTICA

En el capítulo anterior hemos intentado demostrar la relevancia de reconocer un rol a la prensa en las sociedades actuales y que ese reconocimiento no puede ser cualquiera, requiere, por de pronto, de un concepto de verdad que lo respalde para que realmente la prensa esté al servicio de la democracia. La propuesta comunicativa de Habermas nos ha puesto en el escenario adecuado con el diálogo como método y asumiendo la presencia de un nivel normativo ineludible. A continuación profundizaremos este diagnóstico con la propuesta de Karl Otto Apel. Compañero de Habermas, comparten no sólo la formación en la modernidad crítica sino también muchas ideas. No obstante, será Apel quien detalle una ética de la responsabilidad, marco ético adecuado para revitalizar la función de la prensa. En una primera parte del capítulo describiremos en qué consiste la propuesta ético discursiva de Apel y explicaremos los motivos que nos hacen valorarla. En la segunda parte nos acercaremos al concepto filosófico de responsabilidad para explicar en qué consiste la macroética de la corresponsabilidad de Apel, para luego ponerla en relación con la prensa.

LA PROPUESTA ÉTICO-DISCURSIVA DE KARL OTTO APEL²¹¹

Junto con Habermas, Apel plantea la ética discursiva con un principio que sirve de fundamento ético a la democracia. Apel concentra su interés en la solución de problemas concretos a través del diálogo, y a lo largo de su trabajo aborda aspectos tales como una antropología del conocimiento, una hermenéutica y una pragmática trascendentales, una semiótica como filosofía primera, una teoría de los tipos de racionalidad, una teoría de la verdad y una ética discursiva que contempla en su vertiente de aplicación sobre qué cuestiones de la vida cotidiana (política, económicas, ecológicas, deportivas, etc.) demandan una respuesta normativa consensuable²¹².

²¹¹ Dado que la propuesta filosófica apeliiana tiene puntos en común con la de Habermas habrá ocasiones en que sólo mencionaremos conceptos que ya han sido trabajados en páginas anteriores bajo la perspectiva de Habermas.

²¹² APEL, K.O: *Teoría de la verdad y ética del discurso*, Paidós, Barcelona, 1998, p. 10.

Juan Carlos Siurana describe la evolución del pensamiento de Apel en tres períodos que el propio Apel acepta²¹³:

- Primer período (1950-1969): Definido por su interés por la transformación histórico-hermenéutica de la filosofía trascendental kantiana, durante el cual su máxima preocupación es la comprensión del sujeto en la historia. Su principal influencia en este período sería Martin Heidegger.

- Segundo período (1970-1987): Caracterizado por su interés por la transformación semiótico-pragmática de la filosofía trascendental kantiana. Apel considera que Heidegger se equivoca en el tema de la verdad y da un giro inspirado por Charles Peirce. El segundo Apel ofrece un criterio para el progreso y propone la reflexión para la emancipación de la humanidad²¹⁴.

- Tercer período (1988-): Definido por su dedicación a la pragmática trascendental y su aplicación histórica. Según Siurana, este período es una síntesis de los dos anteriores, en el que Apel intenta aplicar su teoría a la realidad histórica, siendo sus dos grandes aportaciones para su idea de sujeto, la moral post convencional y la corresponsabilidad. Apel considera que la situación histórica en la que se encuentra la humanidad “a finales de un siglo dominado por el avance de la ciencia y de sus aplicaciones técnicas exige una ética postconvencional²¹⁵”. La idea post convencional de la conciencia moral la toma de la teoría del desarrollo moral de Lawrence Kohlberg, que es una propuesta ética universal no ligada a una determinada cultura, tradición o ideología:

“Una propuesta ética que merezca la calificación de ‘post convencional’ debe cumplir fundamentalmente con dos condiciones: debe plantearse en términos independientes de presupuestos de trasfondo metafísico o religioso y debe permitir la adopción de una actitud hipotética frente a las instituciones y las máximas que regulan la acción, es decir, frente a las normas vigentes, enjuiciándolas a la luz de principios abstractos (universales)²¹⁶”.

En este sentido, la era de la ciencia supone un reto para la razón práctica, y ante la envergadura de ese reto sólo puede adoptar el punto de vista de un universalismo moral desde el cual fundamentar una macroética de la corresponsabilidad. Sin embargo, la exigencia

²¹³ SIURANA, J.C: *Una brújula para la vida moral, la idea de sujeto en la ética de discurso de Karl Otto Apel*. Editorial Comares, Granada, España, 2003, p. 4 y p. 5.

²¹⁴ *Ibidem*, p. 4

²¹⁵ ELVIRA HUSÉ, J.C: *Por una macroética de la corresponsabilidad (Moralidad y eticidad en la filosofía práctica de K.O Apel: el problema de la aplicación histórica de la ética discursiva)*, Tesis doctoral, Departamento de Filosofía teórica y práctica, Universidad de Barcelona, Noviembre 1997, p. 137.

²¹⁶ *Ibidem*, p. 137 Nota 5.

contemporánea de universalidad para la ética se ve imposibilitada precisamente por el dominio de la racionalidad científica, lo que Apel llama el problema paradójico de una fundamentación racional de la ética en la era de la ciencia²¹⁷.

La influencia de Peirce será crucial para Apel. En particular, la idea de Peirce de la comunidad ilimitada de investigadores, que supone un acuerdo intersubjetivo a la larga (*in the long run*), determinará el trayecto de Apel y su propuesta de la comunidad ilimitada de comunicación. Lo que Peirce hace, y Apel asume, es una transformación de la crítica kantiana del conocimiento –como análisis de la conciencia- en una crítica del sentido, como análisis de los signos. “El nuevo objetivo a alcanzar es la unidad del acuerdo intersubjetivo²¹⁸”. Apel reconoce abiertamente la influencia de Peirce, destacando el realismo crítico del sentido y la teoría consensual de la verdad²¹⁹.

Adela Cortina explica que el hilo conductor de la filosofía de Apel es la transformación de la filosofía kantiana al intentar responder a la pregunta sobre las condiciones de posibilidad del conocimiento válido, evitando la aporía interna de la filosofía kantiana con la separación tajante entre mundo nouménico incognoscible y un cognoscible y conocido mundo fenoménico²²⁰.

Apel comparte con Habermas las propuestas sobre la teoría consensual de la verdad, la pragmática formal y la ética discursiva. Se distancian, no obstante, a la hora de desarrollar la pragmática formal, que Habermas llama pragmática universal y Apel pragmática trascendental. Tal como explica Adela Cortina, la gran diferencia es que la pragmática universal reconoce el carácter falible de los enunciados de su pragmática, en el sentido de que son hipótesis comprobables, al parecer, empíricamente. Mientras que la pragmática trascendental propone un método distinto, diferente tipo de enunciados y diferente modo de comprobación entre la filosofía y la ciencia -diferencia que les permite colaborar-²²¹.

El punto de partida de la pragmática trascendental es el hecho irrefutable del lenguaje, y a partir de la intersubjetividad humana queda en evidencia tanto la relación sujeto-sujeto, como el hecho de que la razón humana también se sirve del diálogo. La propuesta de Apel gira en torno al diálogo, forma en que funciona la razón, y en la que se nos invita a decidir las normas que nos afectan: la “(...) ética dialógica, que pone en manos de los diálogos concretos la decisión sobre la corrección de normas²²²”. En el diálogo participan todos los afectados por las normas que se discuten en condiciones de simetría.

²¹⁷ *Ibidem*. p. 142.

²¹⁸ SIURANA, J.C: *Op.cit.* p. 30.

²¹⁹ *Ibidem*. p. 34.

²²⁰ APEL, K.O: *Teoría de la verdad y ética del discurso*. *Op.cit.* p. 19.

²²¹ *Ibidem*. p. 11.

²²² *Ibidem*. p.27.

En la fundamentación propuesta por Apel hay dos fases que hacen referencia tanto a diferentes aspectos del problema como a diferentes estadios históricos de la situación de los recursos de la filosofía moral del siglo XX. La primera fase se produce a mediados del siglo XX y es una respuesta de la ética del discurso a la situación histórica: en occidente los recursos de la filosofía estaban caracterizados por el dualismo entre el positivismo lógico y el existencialismo. Además, la presencia del comunismo caracterizado por el materialismo histórico hacía parecer imposible una fundamentación racional de la ética.

La segunda fase se refiere a la época que comenzaba en la década de los 70 y que se caracterizó por la convergencia del giro hermenéutico de la filosofía continental y el giro pragmático-lingüístico de la filosofía anglosajona. Entonces la fundamentación racional de una ética válida universalmente estaba destinada a fracasar ante el dogma predominante del historicismo-relativismo, de la dependencia de toda moral respecto de las tradiciones culturales particulares. Tras estas fases, Apel pretende mostrar que sólo se puede ofrecer una respuesta a la situación de crisis ética de nuestro tiempo mediante una transformación radical de los fundamentos trascendentales –en sentido kantiano- de la filosofía²²³.

La nueva gran pregunta gira, entonces, entorno a la posibilidad de un acuerdo intersubjetivo sobre el sentido y la verdad de los enunciados, situando en el centro de la reflexión la pregunta kantiana por las condiciones de posibilidad de la validez del conocimiento. Fundamentación, universalismo, criterios y argumentación pretenden salvarnos precisamente del totalitarismo y del dogmatismo de lo irracional²²⁴. La ética del discurso que proponen Apel y Habermas transforma el principio kantiano en dialógico para ofrecer un principio procedimental a la vez que un fundamento de la moral. Se trata de un principio procedimental porque no dice qué debe hacerse, sino cómo debe hacerse para actuar de forma justa²²⁵. El método escogido por Apel es el de la reflexión trascendental, dado que lo considera el método propio de la filosofía, pero recurre a la filosofía del lenguaje que ha asumido el giro pragmático y no a la filosofía de la conciencia.

A continuación revisaremos algunas tesis de Apel que nos parecen claves para el posterior desarrollo de su ética de la responsabilidad. Dichas tesis son la teoría de la verdad y el falibilismo, la fundamentación última, el valor de la argumentación y la ética del discurso como ética de la responsabilidad, asumiendo la transformación postmetafísica de la ética de Kant.

²²³ APEL, K.O: *Filosofía primera, avui i ètica del discurs*. Eumo Editorial/Universitat de Girona, Girona 2001. p. 94. Para una explicación de la perspectiva de Apel sobre la transformación de la filosofía trascendental Ver: APEL, K.O: “Reflexión pragmático-trascendental. La Perspectiva principal de una transformación kantiana actual”, en *Invenio*, Noviembre 2004, pp. 21-39.

²²⁴ APEL, K.O: *Teoría de la verdad y ética del discurso*. Op.cit. p. 15.

²²⁵ SIURANA, J.C: Op.cit. p. 4

Teoría consensual de la verdad y falibilismo

Apel no entiende la teoría de la verdad como correspondencia sino como “una teoría del consenso que explique el sentido semántico-pragmático de la verdad mediante la idea reguladora de un acuerdo (...)”²²⁶. Para Apel,

“Es evidente que no es tanto la diferencia categorial entre objetos intramundanos, sucesos, personas, etc., por un lado, y entidades abstractas del ámbito lógico-lingüístico por otro, sino más bien la propia necesidad de interpretación de los fenómenos, quien franquea el paso desde una teoría fenomenológica de la verdad como evidencia (para la correspondencia) a una teoría consensual o discursiva de la verdad”²²⁷.

La teoría de la verdad como consenso se enmarca en la pragmática trascendental, ya que verdadero será un enunciado cuando cualquier otro sujeto puede asignarle el mismo predicado²²⁸ y de esa forma se produzca la coordinación de la acción. La verdad como consenso no es un acuerdo en el cual entre varios se acomoda una idea de la verdad o de lo verdadero. Tiene que ver más con creer en que el diálogo es el mecanismo para alcanzar la verdad en conjunto, una vez que cada uno de los participantes ha dado razones para creer una u otra cosa. Esto supone estar abiertos a que en las razones que el otro me pueda dar haya algo de verdad y que, a su vez, no la haya en lo que puedo argumentar yo.

El consenso ideal es, por tanto, una idea regulativa, es un presupuesto pragmático contrafáctico, “(...) como también la convicción –frente a Habermas en este caso- de que la evidencia fenoménica puede constituir un criterio de verdad²²⁹”. Agrega que la reconstrucción y transformación de la filosofía del lenguaje consiste también en la transformación del problema de la constitución objetiva (intersubjetiva) del mundo de la experiencia, en términos de una síntesis resultante de procesos sintéticos de razonamiento de la interpretación consensuable del mundo. Apel muestra “por reflexión trascendental cómo la relación entre sujeto y objeto no se produce sin una relación entre sujetos que deben entenderse, es decir, sin una relación hermenéutica, ni sin una relación ética entre ellos, urgida por un principio ético²³⁰”.

La comunidad de argumentantes de Apel es una ampliación de la comunidad científica de Peirce, puesto que sus integrantes no son sólo científicos o investigadores:

²²⁶ APEL, K.O: *Teoría de la verdad y ética del discurso*. Op.cit. p. 37.

²²⁷ *Ibidem*. p. 95.

²²⁸ *Ibidem*. p. 24.

²²⁹ *Ibidem*. p. 25.

²³⁰ *Ibidem*. p. 24.

“(…) si la investigación científica debe tener sentido en general (…) entonces podemos y debemos suponer como idea reguladora que una comunidad científica de interpretación y experimentación, ilimitada y que trabaje en condiciones ideales, debiera alcanzar in the long run una opinión en verdad intersubjetivamente válida, es decir, una opinión que no pudiera ser discutida por nadie sobre la base de los criterios de verdad de que se dispone²³¹”.

Explica Apel en la nota de esta cita (nº 40) que la realización fáctica de un consenso no puede valorarse como criterio de verdad. No obstante, rescata del punto de partida peirciano que considera que el sentido de lo que nosotros podemos entender como verdad, de forma pragmáticamente relevante, tiene que residir en la opinión que podamos alcanzar todos en general (es decir, bajo condiciones óptimas), lo que remite a la necesaria coexistencia de la comunidad real con la comunidad ideal de comunicación. La comunidad real de comunicación es donde de hecho se está buscando el consenso, mientras la comunidad ideal es una idea regulativa al estilo de Kant, que representa una forma de diálogo ideal que sirve como crítica de consensos fácticos, por eso no es una utopía. Quien argumenta presupone la comunidad ideal de comunicación como posible en la real²³². Se ha de creer desde el principio que es posible la realización fáctica del consenso, de lo contrario no habría ningún sentido pragmáticamente relevante de la verdad. Por tanto, en todo discurso argumentativo se presupone la suposición fundamental de la teoría consensual y por eso puede ser válida como fundamentada últimamente.

Apel atribuye a la explicación consensual del sentido de verdad una función criteriológica, puesto que ella es la que permite relacionar, de forma comparativa y sintética, mediante la interpretación y la argumentación para formar una opinión –siempre falible, y por eso provisional- sobre el asunto. Por tanto, en esto consiste la función reguladora de la idea del consenso ideal último “en que todo consenso fáctico actual de los investigadores competentes puede y debe establecerse en el metaplano metodológico bajo una reserva falibilista y de mejora heurísticamente relevante²³³”.

Agrega Apel que dicha reserva falibilista se refiere tanto a a) la siempre posible mejora epistemológica de la valoración argumentativa e interpretativa de los criterios, como a b) la garantía de las condiciones previas éticamente relevantes, en vista a aproximarse a una comunidad ideal e ilimitada de argumentación²³⁴. Para explicar el paso del problema de la

²³¹ *Ibidem*, p. 69.

²³² SIURANA, J.C: *Op.cit.* p.35.

²³³ APEL, K.O: *Teoría de la verdad y ética del discurso*. *Op.cit.* p. 73.

²³⁴ Habermas, por el contrario, considera la función criteriológica de la teoría consensual más en una línea teórico-comunicativa como modo de hacer efectivas las pretensiones de validez, que en una línea epistemológica. Cfr. APEL, K.O: *Teoría de la verdad y ética del discurso*. Paidós, Barcelona, 1998. p. 83.

teoría de la verdad al de la fundamentación filosófica última, Apel alude a la existencia de una tercera clase de enunciados que, en cuanto a su pretensión de validez, son diferentes tanto de los enunciados de las ciencias empíricas de la naturaleza, como de los de la ciencia hermenéutica social o del espíritu²³⁵. Estos enunciados son los típicos de la filosofía que “intenta decir algo verdadero acerca del sentido de la verdad de los enunciados y, en este contexto, acerca de las diferentes clases de enunciados, de sus respectivas pretensiones de verdad y de sus condiciones de realización²³⁶”. Agrega que lo esencialmente característico de estos enunciados es que en ellos la reflexión sobre las pretensiones de validez está radicalizada, “de tal modo que son reflexivos respecto de su propia pretensión de validez y deben ser incluidos en el ámbito de validez de su pretensión universal de validez²³⁷”, es decir, son objeto del discurso argumentativo y por eso precisan de consenso.

Fundamentación última

Fundamentar consiste en reflexionar sobre el hecho de que en filosofía no se puede dejar de argumentar. Dicha fundamentación será última, puesto que se puede demostrar que la argumentación tiene unos presupuestos que no podemos cuestionar sin caer en autocontradicción performativa. Presuponemos al argumentar la propia existencia, la existencia de una comunidad real de comunicación, la existencia de una comunidad ideal de comunicación, la existencia de una lengua, así como la existencia de un mundo real sobre el cual versa la comunicación²³⁸. La aplicación de la contradicción performativa conduce a una fundamentación filosófica última, dado que los presupuestos pragmáticos trascendentales de la argumentación son irrefutables, aunque autocorregibles:

“La filosofía utiliza el método trascendental, accede a enunciados universales, criticables y autocorregibles, pero no falibles, y recurre, como procedimiento de comprobación, a la contradicción performativa o contradicción pragmática, que supone una contradicción entre lo que se dice y lo que pragmáticamente se está suponiendo para que tenga sentido lo que se dice²³⁹”.

Para Apel tanto fundamentar como negar fundamentaciones significa argumentar²⁴⁰. Considera el paradigma de la fundamentación última (la reflexión trascendental)²⁴¹ y la

²³⁵ APEL, K.O: *Teoría de la verdad y ética del discurso*. Op.cit. p. 103.

²³⁶ *Ibidem*. p. 104.

²³⁷ *Ídem*.

²³⁸ APEL, K.O: *Filosofía primera, avui i ètica del discurs*. Op.cit. p. 44 y p. 45.

²³⁹ APEL, K.O: *Teoría de la verdad y ética del discurso*. Op.cit. p.12.

²⁴⁰ SIURANA, J.C: Op.cit. p. 46.

refutación el método más adecuado; Apel insiste en que es imposible que para todo haya una demostración. Ahí radica el valor de la refutación: es a través de ella que se puede demostrar que lo sostenido por nuestro oponente es inverosímil²⁴². La relevancia práctica de la fundamentación última de la ética del discurso reside en que comporta un principio procedimental para la formación de consenso en discursos prácticos ideales, y en que incluye dos aspectos clave: por un lado, una norma fundamental de la responsabilidad referida a la historia²⁴³, es decir,

“(...) de lo que se trata es de aplicar el método pragmático-trascendental de la fundamentación última a los problemas de la razón práctica de la fundamentación de normas éticas. Por tanto, tiene que ser posible, ante todo, dar respuesta a la pregunta radical acerca de por qué debemos ser racionales, es decir, responsables, en el sentido de la razón práctica²⁴⁴”.

Por otro lado, también incorpora un principio de corresponsabilidad²⁴⁵ para todos los hombres en relación al descubrimiento de problemas morales relevantes y su solución a través de discursos prácticos²⁴⁶. Para tematizar adecuadamente la autorreflexión de la argumentación, Apel propone renovar el planteamiento trascendental-reflexivo de Kant a partir de las condiciones de posibilidad de una argumentación con sentido e intersubjetivamente válida. Y lo hace porque sugiere recurrir a la dimensión pragmática del discurso, al uso interpretativo que el sujeto responsable hace. De esta forma Apel invita a que la autorreflexión de la argumentación sea el paradigma de fundamentación filosófica y no el de la demostración lógico-formal²⁴⁷. Todas las concepciones pragmático-trascendentales posibles son, “(...) por principio, explicables y, respecto a su validez intersubjetiva, están necesitadas de consenso. Esto es exactamente lo que nosotros presuponemos como obvio en toda discusión filosófica²⁴⁸”.

²⁴¹ APEL, K.O: *Estudios éticos*, Fontamara Ediciones, México, 1999, p. 141.

²⁴² *Ibídem*. p. 149.

²⁴³ Apel desarrolla este tema en el artículo “La ética del discurso como ética de la responsabilidad. Una transformación postmetafísica de la ética de Kant”, en APEL, K.O: *Teoría de la verdad y ética del discurso*. Paidós, Barcelona, 1998. p. 147-184. Para una detallada explicación al respecto Ver: SIURANA, J.C: *Una brújula para la vida moral, la idea de sujeto en la ética de discurso de Karl Otto Apel*. Editorial Comares, Granada, España, 2003, p. 54 y ss.

²⁴⁴ *Ibídem*. p. 160.

²⁴⁵ Corresponsabilidad por las consecuencias de nuestras acciones colectivas. Cfr. APEL, K.O: “Una macroética planetaria para la humanidad: necesidad, dificultad aparente y posibilidad eventual”, en *Cultura y modernidad: perspectivas filosóficas de Oriente y Occidente*, Kairós, Barcelona, 2001.

²⁴⁶ APEL, K.O: *Filosofía primera, avui i ètica del discurs*. Op. Cit. p. 61.

²⁴⁷ APEL, K.O: *Estudios éticos*,. Op.cit. p. 141- 154.

²⁴⁸ APEL, K.O: *Teoría de la verdad y ética del discurso*. Op.cit. p. 139.

Apel aclara²⁴⁹ que no entiende la fundamentación última en el sentido de deducción, es decir, de la derivación de algo distinto, sino como la reflexión trascendental de Kant (entendida como la búsqueda de las condiciones de posibilidad de la validez del conocimiento y de la moral). Trascendental pragmática es la fundamentación última en cuanto remite a las incontestables presuposiciones de los actos comunicativos, es decir, las pretensiones de validez (de inteligibilidad, de veracidad, de verdad y de corrección normativa), que no son verificables, precisamente porque son condición de posibilidad de toda verificación empírica. Aquí surge otra diferencia con Habermas, puesto que para éste las pretensiones de validez no son trascendentalmente fundadas en sentido último porque sí son verificables.

Ahora bien, dado el contexto de fundamentación de la ética, Apel puntualiza cuáles son las suposiciones innegables de la pretensión de corrección moral²⁵⁰, que se vincula con la dimensión intersubjetiva del discurso. Y dichas pretensiones son:

- 1.- La igualdad de derechos de todos los actuales y posibles miembros de la comunidad ilimitada de comunicación.
- 2.- Que las normas propuestas sean aceptables para todos los afectados, por tanto, susceptibles de consenso. Y agrega Apel que en esta universalidad del consenso “reside ya la transformación del principio kantiano de universalización, por tanto, el imperativo categórico²⁵¹”.
- 3.- Que los resultados susceptibles de consenso sean aplicados al mundo real, de modo que todos los participantes del discurso son corresponsables tanto del descubrimiento como de la solución discursiva de problemas morales.

Finaliza Apel diciendo que con estas tres presuposiciones del discurso moral se transforma ético-discursivamente la fundamentación metafísica de la ética de Kant, y dicha superación es de modo ético responsable. El reino de los fines de Kant es la comunidad ideal de comunicación como instancia de fundación de normas, la que puede ser considerada como criterio real y ser concretada como principio de universalización mediante el principio de formación de consenso.

Apel responde desde la ética del discurso a tres grandes argumentos contra la posibilidad de fundamentación de la ética²⁵². El primer y más radical argumento contra la posibilidad de cualquier fundamentación última racional se basa en considerar que fundamentar consiste en derivar una cosa de otra, es decir, de una deducción. Asimismo la

²⁴⁹ Cfr. APEL, K.O: “Reflexión pragmático-trascendental. La perspectiva principal de una transformación kantiana actual”, en *Invenio*, Noviembre 2004, pp. 21-39.

²⁵⁰ Cfr. APEL, K.O: *Teoría de la verdad y ética del discurso*. Op.cit. p. 158 y APEL, K.O: “Reflexión pragmático-trascendental. La perspectiva principal de una transformación kantiana actual”, Op.cit.

²⁵¹ APEL, K.O: “Reflexión pragmático-trascendental. La perspectiva principal de una transformación kantiana actual”, Op.cit. p. 35.

²⁵² APEL, K.O: *Filosofía primera, avui i ètica del discurs*. Op.cit. p.106 y p. 107.

fundamentación por deducción necesita siempre premisas fundamentadas. Así nos encontramos con a) un regreso al infinito o b) que en la fundamentación se tenga que presuponer un principio que todavía se tiene que fundamentar con lo que surgiría un círculo lógico, o bien c) que se tenga que presuponer una premisa necesaria como evidente y que, por tanto, no necesita de fundamentación. Esto último es lo que caracteriza como dogmatismo religioso o metafísico. De este trilema de Münchhausen (Hans Albert) de la fundamentación última parece desprenderse que la pregunta por qué ser moral no se puede responder sin entrar en el círculo lógico.

El segundo argumento en contra de la fundamentación característico del cientismo occidental se basa en la idea de que a través de la racionalidad científica sólo se puede fundamentar la validez objetiva de los juicios de hecho –siempre falibles- o la validez objetiva de las conclusiones lógicas, pero no la validez de las normas o de los valores. Por tanto las normas morales se tienen que derivar de hechos empíricos –de la sociología, de la psicología o de la historia-. Pero esto para Apel representa una falacia naturalista.

El tercer argumento consiste en sostener que el concepto de racionalidad intersubjetivamente válida puede ser equiparado al concepto de racionalidad objetiva y axiológicamente neutral de la ciencia. La racionalidad medios-fines de la tecnología instrumental, la teoría de la decisión y la teoría de los juegos estratégicos refuerza esta equiparación. No obstante, la combinación complementaria entre la racionalidad axiológicamente neutral de la ciencia y la decisión última e irracional que el individuo haría en virtud de sus intereses no puede reemplazar de ninguna manera a la fundamentación última racional de las normas éticas²⁵³, como veremos más adelante.

El valor de la argumentación

La importancia del giro lingüístico radica en que demuestra que el pensamiento indispensable para la filosofía tiene la misma estructura que la argumentación²⁵⁴. Tanto en el pensamiento como en la argumentación se presuponen unos compañeros del discurso que tienen los mismos derechos y la misma corresponsabilidad –en relación al planteamiento y a la solución de problemas- como miembros de una comunidad de discurso ilimitada. Por tanto, en la argumentación presuponemos la propia existencia, la existencia de una comunidad ideal de comunicación, la de una comunidad real de comunicación y la existencia de un lenguaje. También es necesario presuponer la existencia del mundo real en tanto que sobre él trata la

²⁵³ *Ibidem.* p. 105.

²⁵⁴ *Ibidem.* p. 111.

comunicación²⁵⁵. La comunidad real implica una precomprensión del mundo condicionada sociocultural e históricamente. Son los presupuestos que, en general, reconocen los neopragmatistas y neoaristotélicos pragmático-hermenéutas, como por ejemplo Gadamer, MacIntyre, Williams y Rorty, bajo el nombre de base histórica y contingente de consenso.

Quien argumenta seriamente²⁵⁶ asume la existencia de la comunidad ideal anticipada contrafácticamente, es decir, el que argumenta tiene que hacer valer las condiciones y los presupuestos ideales y universalmente válidos de la comunicación en una comunidad ideal de comunicación²⁵⁷: la pretensión de consenso universal está referida a una comunidad de comunicación ilimitada²⁵⁸. Quien argumenta seriamente asume que sus argumentos están expuestos a la crítica²⁵⁹.

Así como el mutuo entendimiento exige el presupuesto de la comunidad ilimitada de comunicación²⁶⁰, Apel afirma que la democracia tiene su fundamentación ético-normativa en la ética de la comunidad ideal de comunicación. Contrariamente a lo que algunos pueden pensar, esto no se traduce en la defensa de una democracia directa²⁶¹, por el contrario, Apel y Habermas creen que para una ética postconvencional como la ética del discurso, las decisiones de los afectados en las decisiones de la esfera política sólo puede ser indirecta:

“Sin duda las instituciones democráticas llevan entrañada en su seno nuestra ética, al menos en cuanto a los conceptos que les prestan legitimidad, aunque el funcionamiento de tales instituciones diste mucho de concordar con los conceptos²⁶²”.

Apel explicita la norma ética básica como fundamento de la responsabilidad ética a través de la argumentación, de ahí su importancia: “Quien argumenta, (...) puede ser conducido a reconocer o convencido a través de la autorreflexión, de que necesariamente, en tanto argumentador, ya ha reconocido una norma ética básica²⁶³”. Y lo hace de la siguiente manera: “El argumentante ya ha testimoniado *in actu*, y con ello reconocido, que la razón es práctica, o sea, es responsable del actuar humano; es decir, que las pretensiones de validez

²⁵⁵ Ibídem. p. 45.

²⁵⁶ Cabe recalcar que éste no es un adjetivo más; podemos hacer creer que estamos argumentando para alcanzar objetivos estratégicos y no será verdadera argumentación ni se alcanzará un consenso, y de hacerlo, éste no será válido. Tampoco es argumentar seriamente participar de la conversación sin una real apertura al entendimiento con el otro.

²⁵⁷ APEL, K.O.: *Teoría de la verdad y ética del discurso*. Op.cit. p. 157.

²⁵⁸ APEL, K.O.: *Filosofía primera, avui i ètica del discurs*. Op.cit. p. 47.

²⁵⁹ APEL, K.O.: *Una ética de la responsabilidad en la era de la ciencia*, Editorial Almagesto, Buenos Aires, 1992. p. 31.

²⁶⁰ APEL, K.O.: *Teoría de la verdad y ética del discurso*. Op.cit. p. 18.

²⁶¹ SIURANA, J.C: Op.cit. p. 121.

²⁶² APEL, K.O.: *Teoría de la verdad y ética del discurso*. Op.cit. p. 28.

²⁶³ APEL, K.O.: *Estudios éticos*. Op.cit. p.163.

ética de la razón, al igual que su pretensión de verdad, pueden y deben ser satisfechas a través de argumentos (...) ²⁶⁴”.

Agrega que las reglas ideales de argumentación representan condiciones normativas de la posibilidad de decisión sobre pretensiones de validez ética a través del consenso, aplicables a todos los asuntos relevantes de la vida práctica, en la cual tendríamos que aspirar a ese consenso. Quien se niega a argumentar interrumpe la posibilidad de entendimiento con otras personas en beneficio de un comportamiento puramente estratégico, pero no podrá dejar de hacerlo consigo mismo. Por ello Apel dice que “en todo argumentar puede y tiene que estar presupuesto que el discurso argumentativo está dado a priori en toda comunicación humana, incluso en la autocomprensión ²⁶⁵”.

Los presupuestos normativos de la argumentación consisten en anticipar las condiciones ideales de la comunicación, de modo de que se produzca la norma básica del discurso argumentativo. También se ha de presuponer que, “en principio, los problemas de la praxis de la vida –por ejemplo los conflictos de intereses- pueden y deben ser solucionados sobre la base de la formación de un consenso en el discurso (...) ²⁶⁶”. Si faltamos a esto entonces no nos hemos entregado seriamente al discurso argumentativo. Apel define las reglas o normas éticas de la argumentación de la siguiente forma:

- 1) El discurso argumentativo no es una empresa cualquiera de cooperación, racionalmente dirigida a fines ante la cual uno puede o no aventurarse. “(...) todos los hombres como seres racionales, se han aventurado ya siempre en la empresa de la búsqueda discursiva de la verdad; pero se han aventurado necesariamente en ella aquellos, al menos, que argumentan en serio (...) ²⁶⁷”. Por ello la cooperación en la investigación de la verdad no es un fin que se imponga de manera contingente, y por eso las normas de cooperación no son imperativos hipotéticos, en el sentido de Kant, sino que son obligatorias incondicionalmente.
- 2) Una ética del discurso fundamentada de modo trascendental-pragmático tendrá dos niveles: a) el nivel del principio formal de la fundamentación de normas y b) el procedimiento del discurso que posibilita el análisis de normas concretas de acción referidas a la situación. Según Apel esta es la ventaja decisiva de la ética del discurso frente al desafío externo de la era de la ciencia, porque hace valer a través de argumentos las necesidades e intereses de los afectados y conocer las características de la situación para poder prever consecuencias y subconsecuencias.

²⁶⁴ *Ibidem.* p. 163.

²⁶⁵ *Ibidem.* p. 170.

²⁶⁶ *Ibidem.* p. 171.

²⁶⁷ APEL, K.O.: *Una ética de la responsabilidad en la era de la ciencia.* Op.cit. p. 21.

- 3) El discurso argumentativo tiene como condición separar la racionalidad estratégica de la acción de la racionalidad consensual-comunicativa. Porque como se ha dejado ver antes, la función del discurso argumentativo es resolver auténticos problemas del mundo de la vida - horizonte contextualizador²⁶⁸-, como por ejemplo arreglar sin violencia conflictos entre individuos o grupos. Y esto sólo es posible si la comunicación está orientada al entendimiento²⁶⁹.

Ética del discurso como ética de la responsabilidad: Transformación postmetafísica de la ética de Kant

La ética del discurso es una ética de principios referida a la historia²⁷⁰. Se trata de una ética discursiva por dos razones, una exotérica y otra esotérica. En primer lugar (dimensión exotérica), porque es el discurso argumentativo el medio por el cual se fundamentan las normas, dado que una moral de las costumbres donde las normas son evidentes para todos ya no es suficiente. Y esto según Apel plantea por primera vez en la historia del hombre la necesidad de “asumir la responsabilidad solidaria por las consecuencias y subconsecuencias a escala mundial de las actividades colectivas de los hombres de organizar esa responsabilidad como praxis colectiva²⁷¹”.

La única forma de enfrentar este momento sería a través de la ética discursiva, es decir, a través de la cooperación solidaria de los individuos ya en la fundamentación de las normas morales y jurídicas susceptibles de consenso²⁷². Agrega que “(...) la institucionalización política de los discursos prácticos (...) sería una tarea que estaría sujeta a la cooperación solidaria de todos los individuos corresponsables, y, en este sentido, estaría sujeta también a la crítica de la ‘opinión pública’ mediante los discursos²⁷³”.

En el plano de la dimensión esotérica hablamos de una ética discursiva porque el discurso argumentativo contiene el a priori racional de fundamentación para el principio de la ética²⁷⁴. La dimensión esotérica, propiamente filosófica, consiste en que la idea de irrebasabilidad del discurso argumentativo debe posibilitar también la fundamentación última del principio ético que debe conducir todos los discursos argumentativos, en tanto que discursos prácticos de fundamentación de normas. Esta pretensión esotérica no puede

²⁶⁸ Concepto trabajado en el Capítulo II.

²⁶⁹ APEL, K.O.: *Una ética de la responsabilidad en la era de la ciencia*. Op.cit. p. 25.

²⁷⁰ Apel y Habermas coinciden en su definición, pero Apel considera que ésta debe ser aplicada y, en cambio, Habermas sostiene que la ética no tiene por tarea aplicar el principio ético sino sólo fundamentar la moral. Ver: Cortina, A: “El Estatuto de la ética aplicada. Hermenéutica crítica de las actividades humanas”, en *Isegoría*/13 (1996) pp. 119-134.

²⁷¹ APEL, K.O.: *Teoría de la verdad y ética del discurso*. Op.cit. p. 147.

²⁷² *Ibidem*. p. 148.

²⁷³ *Ibidem*. p. 149.

²⁷⁴ *Ibidem*. p. 147.

comprenderse por el hecho de que se indiquen las ventajas y la necesidad del discurso como medios de fundamentación de las normas²⁷⁵. La ética del discurso merece su nombre, según Apel²⁷⁶, sólo porque puede pretender descubrir, mediante el discurso reflexivo-argumentativo en el propio discurso, un a priori irrefragable para todo pensamiento filosófico, que incluye también el reconocimiento de un principio criteriológico de la ética.

Dice Apel que Kant no pudo hacer una fundamentación trascendental última de la ley moral porque partió de un principio subjetivo de la razón, en el sentido de “solipsismo metódico”. Contra el solipsismo metódico, Apel mantiene que nadie puede pensar solo²⁷⁷. Una dimensión trascendental de la intersubjetividad –como la necesidad de la comunicación como condición de posibilidad de la comprensión lingüística con los otros- no está incluida en el principio trascendental kantiano del “Yo pienso”, dado que una ley moral, a diferencia de toda ley natural, obtiene su sentido en la regulación de las relaciones intersubjetivas de una pluralidad de sujetos²⁷⁸. El planteamiento fundamentador pragmático trascendental de la ética del discurso contiene una transformación profunda y amplia de la ética kantiana en dos sentidos:

En primer lugar, porque la ética del discurso fundamentada pragmático-trascendentalmente no se abstrae de la historia, como lo hace el modelo puro de la ética deontológica²⁷⁹. La kantiana es una ética que se orienta metafísicamente según las relaciones ideales de una comunidad de seres racionales en el reino de los fines, por eso no reflexiona expresamente sobre la necesidad de una conexión de las acciones humanas con las situaciones históricamente dadas y sus relaciones sociales²⁸⁰. El tólos en Apel consiste en la aplicación a largo plazo de las condiciones de posibilidad de la ética del discurso, lo que se logra reduciendo la diferencia entre la comunidad ideal y la comunidad real²⁸¹ y, por tanto, contando con un principio condicionado históricamente y el deber de trabajar su transformación para acercarse a la comunidad ideal de comunicación.

En segundo lugar, la transformación de la ética kantiana se produce porque la ética del discurso renueva el imperativo categórico delegando en los propios afectados (o sus representantes) la fundamentación de las normas materiales en el sentido de un principio de universalización referido al consenso²⁸². De este modo, convierte la idea de la razón todavía platónica del reino de los fines en una idea regulativa de los discursos prácticos²⁸³.

²⁷⁵ *Ibidem*. p. 150.

²⁷⁶ *Ibidem*. p. 151.

²⁷⁷ SIURANA, J.C: *Op.cit.* p. 80.

²⁷⁸ APEL, K.O: *Teoría de la verdad y ética del discurso*. *Op.cit.* p. 152.

²⁷⁹ APEL, K.O: *Filosofía primera, avui i ètica del discurs*. *Op.cit.* 53.

²⁸⁰ APEL, K.O: *Teoría de la verdad y ética del discurso*. *Op.cit.* p. 167 y p.168.

²⁸¹ SIURANA, J.C: *Op.cit.* p.96.

²⁸² APEL, K.O: *Filosofía primera, avui i ètica del discurs*. *Op.cit.* p. 54.

²⁸³ *Ibidem*. p. 59 y APEL, K.O: *Teoría de la verdad y ética del discurso*. *Op.cit.* p. 164.

Para Apel el principio de la ética discursiva queda definido de esta forma:

“Todos los seres capaces de comunicación lingüística deben ser reconocidas como personas, puesto que en todas sus acciones y expresiones son interlocutores virtuales, y la justificación ilimitada del pensamiento no puede renunciar a ningún interlocutor y a ninguna de sus aportaciones virtuales a la discusión²⁸⁴”.

En la ética del discurso los procedimientos de solución de problemas morales se tienen que obtener de discursos prácticos con el objeto de ser capaces de conseguir el consenso de todos los afectados, por ello demanda para la solución de problemas morales una indagación de los intereses de los afectados (de los que son parte del conflicto y de las generaciones venideras) tan completa como sea posible, además de la relación más completa posible del conocimiento disponible de los expertos sobre las consecuencias probables de las soluciones aceptadas.

Apel distingue dos niveles en la ética del discurso: la parte A o de la fundamentación racional de la responsabilidad y del principio discursivo formal-procedimental de la organización de la responsabilidad colectiva, a través de una filosofía trascendental renovada, y la parte B, de la realización en la historia del principio discursivo²⁸⁵. Esta diferenciación se debe a que no sólo se tiene que considerar la norma fundamental de la fundamentación consensual de las normas, reconocida en la anticipación contrafáctica de las relaciones ideales de comunicación, sino que también hay que tener en cuenta la norma fundamental de la responsabilidad referida a la historia²⁸⁶.

La parte B es, en cierta medida, una ampliación de la A, en el que la racionalidad comunicativa está mediada por el uso de la racionalidad estratégica²⁸⁷. En palabras del propio Apel, la parte B de la ética es la respuesta filosófica al desafío externo de la razón ética por las consecuencias de la ciencia²⁸⁸. La función primordial de la comunicación lingüística presupone una forma de racionalidad de la interacción y de la comunicación diferente e irreductible a la forma medios-fines. Esta racionalidad se pone al descubierto en forma de una teoría de la acción comunicativa o de una racionalidad del discurso también éticamente relevante²⁸⁹.

Adela Cortina cree, y concordamos con ella, que la preocupación porque se produzca la mediación entre racionalidad comunicativa y racionalidad estratégica otorga realismo a la

²⁸⁴ APEL, K.O: *Teoría de la verdad y ética del discurso*. Op.cit. p. 259.

²⁸⁵ SIURANA, J.C: Op.cit. p.81.

²⁸⁶ APEL, K.O: *Teoría de la verdad y ética del discurso*. Op.cit. p. 165.

²⁸⁷ SIURANA, J.C: Op.cit. p. 97.

²⁸⁸ APEL, K.O: *Una ética de la responsabilidad en la era de la ciencia*. Op.cit. p. 34.

²⁸⁹ APEL, K.O: *Filosofía primera, avui i ètica del discurs*. Op.cit. p. 87.

ética discursiva, haciéndola aplicable a diversos ámbitos, como por ejemplo, el de los medios de comunicación. El hecho de hablar de dos niveles o partes, A y B, puede dar la sensación de tratarse del descubrimiento de un principio que debe ser aplicado a los casos concretos, pero se trata de un principio para ser descubierto en los diferentes ámbitos y revelar cómo puede articularse a través de una tradición o ética concreta²⁹⁰.

Las dificultades de la parte B²⁹¹ se derivan de que debe ser fundada en una ética de la responsabilidad. No obstante, la responsabilidad está implicada en ambos niveles y, por tanto, resulta un desafío tanto en la parte A (fundamentación) como en la parte B (aplicación) de la ética del discurso. La consideración de la responsabilidad ante las consecuencias en el principio de universalización de la ética del discurso concierne sólo a la parte A de la fundamentación de la ética, mientras que el problema de la responsabilidad histórica de la ética discursiva por su propia aplicación habría que resolverlo en la parte B. La mediación real de discursos en la solución de problemas concretos de la moral se ha relacionado con problemas de aplicación inmensos²⁹². Aun cuando no se den discursos prácticos ideales y que, de una forma más o menos encubierta, se den mediaciones estratégicas de intereses, los procedimientos ideales de los discursos prácticos representan la respuesta más adecuada de la ética a los problemas morales tan complejos del presente²⁹³.

Apel quiere dar énfasis al carácter aplicable de la ética discursiva, reconociendo el carácter histórico de las acciones humanas y de la ética misma. En tanto ética de la responsabilidad vinculada a lo histórico, la ética discursiva fundamentada trascendental y pragmáticamente debe prever dos cosas. En relación a su aplicación en situaciones dialógicas, debe prever la inmediata aplicación del principio ideal de formación de consenso como regla de fundamentación de normas. Por otro lado, para las situaciones en las que no se puede contar con una solución dialógica, por ejemplo, ante la incapacidad o negativa de una de las partes en la solución consensual de conflictos, la ética discursiva debe legitimar el uso de medios estratégicos. Y ésta es precisamente la tarea de la ya mencionada parte B de la ética del discurso²⁹⁴.

La necesidad actual de una propuesta ética de alcance verdaderamente intersubjetivo y que asuma las dificultades concretas de la solución real de conflictos, conecta la propuesta de Apel con la teoría del desarrollo moral de Kohlberg para situar el desarrollo del principio de responsabilidad dentro de la madurez moral. Kohlberg habla de seis etapas de desarrollo,

²⁹⁰ APEL, K.O: "Plurality of the good? The problem of affirmative tolerance in a multicultural society from an ethical point of view", en *Ratio Juris*, Vol. 10 No. 2 June 1997 (199-212), p. 201.

²⁹¹ APEL, K.O: *Una ética de la responsabilidad en la era de la ciencia*. Op.cit. p. 35.

²⁹² APEL, K.O: *Filosofía primera, avui i ètica del discurs*. Op.cit. p. 60.

²⁹³ Ídem.

²⁹⁴ APEL, K.O: "Reflexión pragmático-trascendental. La Perspectiva principal de una transformación kantiana actual", Op.cit. p. 37.

agrupadas en tres niveles, cada uno con dos estadios de desarrollo: el nivel preconvencional, en donde la motivación moral es evitar el castigo; el convencional, en donde se respetan las normas de la sociedad; y el nivel postconvencional, en el que los hombres son capaces de dar razones para aceptar o rechazar las normas de la sociedad, ésta última orientada a principios universalmente válidos²⁹⁵. Las etapas de Kohlberg dependen de la filogénesis, es decir, del desarrollo histórico de la sociedad humana y de su moral. Y dicha dependencia se manifiesta en que el desarrollo del juicio moral individual sólo alcanza la etapa de la sociedad en la que vive²⁹⁶. El conflicto entre la ética de la convicción y ética de la responsabilidad (por las consecuencias) surge siempre cuando no están dadas aún las condiciones sociales de aplicación para un determinado grado de competencia judicial moral.

Esta exposición de Kohlberg ha sido criticada por los autores de la ética del discurso por monológica²⁹⁷, por ello Habermas propone una etapa 7 en la que los hombres dialoguen para resolver conflictos. No obstante, para Kohlberg la etapa 7 sería aquella en la que se desarrolla el pensamiento religioso, puesto que sería la religión la que podría responder a la pregunta de por qué ser moral.

Por su parte, Apel considera que la etapa 7, tal como la plantea Kohlberg, pertenece a una ética de la intención, la que podría resumirse en: “actúa como si ya fueras miembro de una comunidad ideal de comunicación”, pero aún no nos encontramos en esta situación, por tanto, ponerlo en práctica no sólo es ingenuo sino moralmente irresponsable²⁹⁸. Precisamente porque no podemos contar con que los demás no actuarán de manera estratégica, Apel propone la etapa 7 del desarrollo de la conciencia moral como la etapa de una ética de la responsabilidad, la que debería abordar dos áreas de problemas concretos: las relaciones internacionales y la crisis ecológica. La etapa 7 que Apel describe se caracteriza por las siguientes condiciones:

- La capacidad para colaborar en la realización progresiva de la comunidad ideal de comunicación –ya siempre anticipada contrafácticamente en el discurso- bajo las condiciones socioculturales y de interacción real.
- Tener también la perspectiva de la responsabilidad de la conservación de las condiciones de vida para una humanidad que continúa en las generaciones futuras, frente a las acciones colectivas de la técnica²⁹⁹.

²⁹⁵ APEL, K.O: *Estudios éticos*. Op.cit. p. 111.

²⁹⁶ SIURANA, J.C: Op.cit. p.67.

²⁹⁷ *Ibidem*. p. 64.

²⁹⁸ *Ibidem*. p. 66.

²⁹⁹ Cfr. SIURANA, J.C: *Una brújula para la vida moral, la idea de sujeto en la ética de discurso de Karl Otto Apel*. Editorial Comares, Granada, España, 2003, p.67.

Por qué la ética discursiva de Apel

Dado que la propuesta de Apel coincide en mucho con la de Habermas puntualizaremos aquellas diferencias que nos hacen pensar que el primero responde mejor a la necesidad de un marco de responsabilidad para la tarea de la prensa. Nos inclinamos por Apel porque, a diferencia de Habermas, cree que el principio de la ética discursiva debe ser aplicado y no sólo encargarse de fundamentar normas. Asimismo, por su interés manifiesto por la responsabilidad, mejor dicho, por la corresponsabilidad solidaria, así como por hacerse cargo de “lo ideal” de la interacción entre comunidad real y comunidad ideal. Para subsanar la brecha que hay entre ambas, propone la mediación entre la racionalidad comunicativa y la estratégica, posibilitando la aplicación. Tal y como el mismo Apel aclara, la distinción que hace entre la parte A y la parte B debe acreditar a la ética del discurso como una ética de la responsabilidad referida a la historia, y conduce no sólo más allá de Kant, sino también más allá del concepto clásico de una ética deontológica de principios³⁰⁰, ética que en el caso de la prensa no es suficiente, porque la aplicación de los principios es una tarea pendiente para el ejercicio profesional del periodista.

Otra diferencia es el apellido que le dan a la pragmática: universal para Habermas o trascendental para Apel. En el caso del trabajo periodístico esta distinción resulta relevante puesto que sí se requiere de trascendentales como la verdad, por ejemplo. A través de la propuesta de la teoría consensual de la verdad Apel reconoce que se puede alcanzar la verdad (por tanto cree que existe y la define), y le otorga un lugar en el diálogo y el consenso. Esta manera de entender la verdad no sólo posibilita el trabajo de los periodistas sino que además de alguna forma obliga a los profesionales a no abdicar en su búsqueda.

Consideramos que el proyecto de Apel de transformación de la filosofía es un nuevo modelo que combina teoría y praxis y su relevancia para la prensa se puede resumir como sigue:

- 1) El papel que le otorga al diálogo a la hora de buscar la verdad resulta crucial para la tarea de la prensa, puesto que resitúa al profesional, al periodista, en un lugar de igualdad respecto a dueños y a editores para participar en un diálogo y alcanzar consenso. Respetando jerarquías propias de cualquier trabajo en equipo, reestablece el diálogo como mecanismo de acceso a la verdad en un debate ético. Asimismo, este planteamiento ofrece una herramienta concreta mediante la cual se pueden abordar conflictos éticos del trabajo profesional. Se trata de una manera de actuar, al interior

³⁰⁰ APEL, K.O: *Teoría de la verdad y ética del discurso*. Op.cit. p. 163.

de Comités de Ética, por ejemplo, o a la hora de reformular los mecanismos de autorregulación, como códigos deontológicos y las vías de fiscalizar su aplicación.

2) La necesidad de mediación entre la evidencia de los hechos y los criterios de verdad de la argumentación resulta adecuada para alcanzar la verdad en un sentido pragmático –bajo la propuesta de Frankfurt ya referida-, imprescindible para el trabajo de informar que realiza la prensa.

3) La relevancia práctica de la fundamentación última de la ética del discurso radica en que, por una parte, ofrece un principio procedimental para la formación de consenso en discursos prácticos ideales³⁰¹, y por otra, incluye un principio de corresponsabilidad. En el caso de la prensa, el principio procedimental operaría como herramienta que fundamentaría los consensos alcanzados, en tanto el principio de corresponsabilidad orientaría la solución de problemas éticos en el ejercicio mismo de la profesión.

4) La argumentación valida los consensos alcanzados sobre los asuntos relevantes de la vida práctica. Si nos negamos a argumentar con otros corremos el riesgo de abandonarnos en el comportamiento puramente estratégico que no es compatible con la vida en sociedad, ni con el trabajo periodístico. Todos sabemos lo que significa argumentar porque no podemos escapar de hacerlo con nosotros mismos.

5) La ética del discurso como ética de la responsabilidad busca la aplicación a largo plazo de las condiciones de posibilidad de la ética del discurso, lo que se logra reduciendo la diferencia entre la comunidad ideal y la comunidad real. Para una ética profesional esto puede traducirse en reducir el abismo entre teoría y praxis que existe en el trabajo profesional del periodismo.

6) Bajo la propuesta de la ética discursiva las generaciones venideras también son un público ante el cual responder. La prensa cumple su función democratizadora entregando información necesaria para tomar decisiones en sociedad en el presente, pero cumplirá el rol de hemeroteca para aquellos que en el futuro quieran comprender el pasado. Y eso también es parte de la responsabilidad de la ética profesional del periodista. De ahí la exigencia de no quedarse en la mera narración de sucesos.

³⁰¹ *Ibidem.* p. 147-184.

LA RESPONSABILIDAD Y SU DEFINICIÓN

Parece haber consenso en que en estos tiempos hay un tema en filosofía que interpela de manera apremiante: la responsabilidad. El asunto de la responsabilidad nos concierne de manera directa, urgente e importante³⁰², aunque se trata de un “invento moderno”. El uso del adjetivo castellano “responsable” se acuña durante el siglo XVII, mientras el sustantivo “responsabilidad” comienza a usarse en el XIX³⁰³. Como suele suceder con conceptos de uso reciente, la necesaria definición de responsabilidad para el siglo XXI no está exenta de confusiones³⁰⁴.

En el ámbito de filosofía política, como en el de la filosofía moral, por ejemplo, una confusión se produce cuando se identifica mecánicamente responsabilidad con culpa³⁰⁵, como si hubiese responsabilidad sólo al sentir culpa, intentando identificar ésta como el motor de aquella. No obstante, hoy tenemos claro que puede haber responsabilidad sin culpa, como por ejemplo, cuando tiramos un papel al suelo en un parque público; somos responsables de haber ensuciado y contaminado un lugar de uso común, sintamos o no culpa por haberlo hecho. También se puede sentir culpa sin tener responsabilidad, como en el caso de una mujer alemana cuyo padre participó del bombardeo a Guernica y la culpa la impulsó a pedir disculpas en nombre de su padre, de ella y de su familia. Puede considerarse un gesto amable, correcto, pero en estricto rigor ella no tiene responsabilidad por las acciones de su padre. Por una parte porque, como dice Roberto Aramayo, la responsabilidad no se hereda³⁰⁶, pero también porque hay elementos que juegan un papel importante a la hora de definir responsabilidades que en este caso no se encuentran, como la capacidad para evitar el daño, el poder asociado a la ejecución de la acción o, en el caso individual, la participación en el hecho.

Otra posible confusión consiste en reducir el concepto de responsabilidad a la respuesta por las consecuencias cuando éstas son negativas, focalizando su definición e importancia en la prevención de las consecuencias y cayendo de este modo en un

³⁰² CRUZ, M: *Cómo hacer cosas con los recuerdos. Sobre la utilidad de la memoria y la conveniencia de rendir cuentas*, Katz Editores, Buenos Aires, Argentina, 2007, p. 91.

³⁰³ CRUZ, M: “Cuando son muchas las voces” en *Isegoria*/29, 2003, pp. 5-13.

³⁰⁴ CRUZ, M. y ARAMAYO R. (Eds.): *El reparto de la acción. Ensayos en torno a la responsabilidad*, Editorial Trotta, Madrid 1999, p. 13.

³⁰⁵ Para ver una interesante revisión del vínculo entre responsabilidad y culpa a través de Kant, Rousseau y Schopenhauer, ver: ARAMAYO, R: “Culpa y responsabilidad como vertientes de la conciencia moral”, en *Isegoria*/29, 2003, pp.15-34.

³⁰⁶ ARAMAYO, R: “Los confines éticos de la responsabilidad”, en Cruz, Manuel y Aramayo, Roberto (Eds.): *El reparto de la acción. Ensayos en torno a la responsabilidad*, Editorial Trotta, Madrid 1999.

consecuencialismo³⁰⁷. El riesgo de este tipo de confusiones es que reducen la responsabilidad ignorando su complejidad y, de paso, minimizan también las posibilidades de efectivamente hacerse cargo de aquello por lo cual en efecto somos responsables.

Con independencia de quién pueda ser el culpable, asumimos que cualquier mal debe ser reparado³⁰⁸ y que eso no significa atender sólo a las consecuencias: más allá del *de qué* somos responsables, está el *ante quién* somos responsables³⁰⁹. Además la responsabilidad puede ser:

a) Retroactiva: la reparación se produce una vez que se ha causado el daño. Habitualmente se trata de reparación económica o jurídica. La responsabilidad moral en sociedades plurales está todavía por abordar, ya que se desconoce cómo cuantificar el daño moral.

b) Proactiva: qué hago para evitar que el daño se produzca o que vuelva a pasar.

Podría pensarse que es el hecho de haber recibido un daño provocado por una acción humana el que le concede al damnificado el derecho de reclamar. El problema sobreviene en otros casos, cuando, por ejemplo, el daño causado es sufrimiento y, por tanto, no es intuitivamente evidente de qué forma podría repararse ese dolor. La apelación a la responsabilidad debería servir para lanzarnos a la acción, a sabiendas de que algo hay en ella que es nuestro, que nos pertenece –aunque no en régimen de propiedad privada-. La acción no es un territorio ocasionalmente atravesado por los sujetos, sino que es una de las dimensiones constituyentes de su identidad³¹⁰. El concepto de responsabilidad ha servido, finalmente, para restituir a los sujetos lo que es suyo, lo que nunca se les debió escapar o que no se les debió arrebatar. En este sentido entonces podemos decir que es un acto de justicia, si entendemos por ésta dar a cada uno lo suyo, lo que le corresponde.

Cruz explica que hay un nuevo poder y magnitud del mismo cuyos efectos tienen un alcance que ha puesto en evidencia un nuevo ante quién responder como efecto necesario de un nuevo ante qué se es responsable³¹¹. La responsabilidad sobreviene involuntariamente de la increíble extensión del poder que ejercemos diariamente al servicio de lo que nos es más próximo. Y hay dos factores que inciden en lo anterior: la desmesura de ese poder y la omisión, nueva dimensión de la acción humana que antes no era considerada, o al menos no de la misma forma. Aramayo recoge la idea de Karl Otto Apel de que el poder es condición *sine qua non* del hacerse responsable y afirma que la responsabilidad dependerá de nuestras

³⁰⁷ ROMÁN, B: “Cap a una ética de la responsabilitat: de Kant a Apel”, en *Comprendre*; nº 1; pp. 19-42, 2001.

³⁰⁸ CRUZ, M. y ARAMAYO R. (Eds.): *El reparto de la acción. Ensayos en torno a la responsabilidad*. Op.cit. p. 13.

³⁰⁹ CRUZ, M: “Cuando son muchas las voces” Op.cit. pp. 5-13.

³¹⁰ CRUZ, M: *Cómo hacer cosas con los recuerdos. Sobre la utilidad de la memoria y la conveniencia de rendir cuentas*. Op.cit. p. 111.

³¹¹ CRUZ, M. y ARAMAYO R. (Eds.): *El reparto de la acción. Ensayos en torno a la responsabilidad*. Op.cit. p. 17.

fuerzas para realizar o impedir el hecho respecto del cual se debe rendir cuentas³¹². Entiende el poder como la frontera de la responsabilidad moral, como una capacidad, cuando menos potencial, para hacer o dejar de hacer y sin la cual no podemos dejar de hacernos cargo de nada³¹³.

La responsabilidad es intersubjetiva, dialógica, en tanto, la culpa propicia un posible solipsismo, nos dice Manuel Cruz³¹⁴. Cuando se consideran las diferencias entre los conceptos de culpa y de responsabilidad se perciben mejor los elementos positivos que ofrece el segundo. La responsabilidad se puede delegar, acordar, o incluso contratar³¹⁵ porque responsable es aquella persona o instancia que se hace cargo de la reparación de unos daños causados³¹⁶. Y de prevenirlos, agregamos nosotros.

También resulta problemático considerar al reclamante como alguien pasivo, así como la tendencia a instalarse en el lugar del reclamante victimizándose. Dicha tendencia desracionaliza, “porque lo que concede a la víctima su condición de tal no son las razones que la amparan, sino los agravios de los que ha sido objeto³¹⁷”. En este sentido Cruz plantea que la dificultad teórica de mayor calado a la hora de hablar de responsabilidad consiste en establecer el procedimiento a través del cual instituímos a alguien como legítimo reclamante, y por tanto, como co-propietario de la acción. Begoña Román agrega que hacerse cargo incluye entender o comprender la situación del que exige respuesta y el compromiso activo de subsanar el mal³¹⁸.

En este contexto la responsabilidad no puede plantearse en términos de una hermenéutica privada³¹⁹, dado que con nuestros comportamientos modificamos la vida de los otros: “porque podemos influir en los demás, nada es gratuito y estamos cargados de responsabilidad³²⁰”. Cruz advierte que sectores conservadores se están sirviendo de la noción de responsabilidad individual con el propósito de vaciar de contenido la noción de responsabilidad colectiva³²¹. La apelación a la responsabilidad debería servir para lanzarnos a la acción, porque hay algo en ella que es nuestro. En palabras de Román, la noción de responsabilidad es inseparable de la de *ethos*, el carácter que otorga identidad.

³¹² ARAMAYO, R: “Los confines éticos de la responsabilidad”, Op.cit. p. 30.

³¹³ Ibídem. p. 31.

³¹⁴ CRUZ, M: “Cuando son muchas las voces” Op.cit. pp. 5-13.

³¹⁵ CRUZ, M: *Cómo hacer cosas con los recuerdos. Sobre la utilidad de la memoria y la conveniencia de rendir cuentas*. Op.cit. p. 96.

³¹⁶ CRUZ, M. y ARAMAYO R. (Eds.): *El reparto de la acción. Ensayos en torno a la responsabilidad*. Op.cit. p. 13.

³¹⁷ Ibídem. p. 20.

³¹⁸ ROMÁN, B: Op.cit.

³¹⁹ CRUZ, M. y ARAMAYO R. (Eds.): *El reparto de la acción. Ensayos en torno a la responsabilidad*. Op.cit.

³²⁰ Ibídem. p. 17.

³²¹ CRUZ, M: *Cómo hacer cosas con los recuerdos. Sobre la utilidad de la memoria y la conveniencia de rendir cuentas*. Op.cit. p. 93.

Hans Jonas y su libro “El principio de la responsabilidad” son sin dudas una referencia ineludible si se quiere entender la responsabilidad hoy en día. Su propuesta consiste en una ética del futuro para el presente, se trata de una ética para que las personas de hoy puedan proteger a los que vendrán de las consecuencias de nuestras acciones presentes. Su diagnóstico es que cualquiera que fuese la forma y el contenido de las éticas anteriores, todas ellas eran éticas del presente y compartían tácitamente tres premisas, conectadas entre sí, que el autor enuncia de la siguiente manera:

- 1) La condición humana, resultante de la naturaleza del hombre y de las cosas, permanece en lo fundamental fija de una vez y para siempre.
- 2) Sobre esa base es posible determinar con claridad y sin dificultades el bien humano.
- 3) El alcance de la acción humana y, por ende, de la responsabilidad humana, está estrictamente limitado³²².

Por tanto, el trato con el mundo extrahumano era –a excepción de la medicina- éticamente neutro, tanto con relación al objeto como al sujeto de la acción. Además, toda ética tradicional es antropocéntrica, en la que la entidad hombre era constante en su esencia y no como objeto de una *techné* transformadora, y tanto el bien como el mal no era algo alejado de la praxis misma, no era asunto de una planificación lejana, sino del aquí y del ahora³²³. Con las éticas tradicionales el saber resultaba evidente a todos los hombres de buena voluntad, no se trataba del conocimiento del científico o del especialista. Pero ahora el poder del hombre ha modificado el carácter de la acción humana y, dado que la ética tiene que ver con las acciones humanas, Jonas afirma que “la modificada naturaleza de las acciones humanas exige un cambio también en la ética³²⁴”. La tesis del libro es que la promesa de la técnica moderna se ha convertido en una amenaza y de ese modo nos somete a nuevos retos tanto en género como en magnitud³²⁵:

“Ninguna ética anterior hubo de tener en cuenta las condiciones globales de la vida humana ni el futuro remoto, más aún, la existencia misma de la especie. El hecho de que precisamente hoy estén en juego esas cosas exige, en una palabra, una concepción nueva de los derechos y deberes, algo para lo que ninguna ética ni metafísica anterior proporciona los principios y menos aún una doctrina ya lista³²⁶”.

³²² JONAS, H: *El principio de responsabilidad. Ensayo de una ética para la civilización tecnológica*, Herder, Barcelona, 1995, p. 23.

³²³ *Ibidem.* p. 29.

³²⁴ *Ibidem.* p. 23.

³²⁵ *Ibidem.* p. 15.

³²⁶ *Ibidem.* p. 34.

Para enfrentar estas nuevas necesidades Jonas sugiere reemplazar el imperativo categórico de Kant, que propone obrar de modo tal que se pueda querer que la propia máxima se convierta en ley universal, por el principio de responsabilidad, que define en los siguientes términos: “Obra de tal modo que los efectos de tu acción sean compatibles con la permanencia de una vida humana auténtica en la tierra³²⁷”. De esta forma Jonas pretende que la reflexión sea moral y no lógica, dado que el poder querer o no poder querer kantiano, a su parecer, demuestra aprobación o desaprobación lógica, no moral.

También destaca que, mientras el imperativo categórico apunta al comportamiento privado, el nuevo principio se propone actuar en la política pública, en las acciones coordinadas que pueden atentar contra la humanidad. No está Jonas en contra del suicidio individual, pero sí de poner en riesgo con alguna acción presente el futuro de quienes incluso aún no existen. El nuevo imperativo agrega al cálculo moral el horizonte temporal del futuro, “remite a un futuro real previsible como dimensión abierta de nuestra responsabilidad³²⁸”, y no apela a la concordancia del acto consigo mismo, o con la conciencia moral individual, sino a que sus efectos últimos sean compatibles con la continuidad de la humanidad. Jonas aclara que su intención no es cuestionar el imperativo kantiano en general sino su eficiencia ante la nueva situación.

La previsión para poder salvar al hombre de una eventual catástrofe –o catástrofe que ya se ha iniciado- es posible gracias a lo que Jonas llama heurística del temor³²⁹, que consiste en la previsión de la desfiguración del hombre. La propuesta de Jonas busca su justificación en la metafísica; para el filósofo es desde ella que puede justificarse la preservación de algo como la vida humana:

“Responsabilidad es el cuidado, reconocido como deber, por otro ser, cuidado que, dada la amenaza de su vulnerabilidad, se convierte en ‘preocupación’. Pero el temor está ya como un potencial en la pregunta originaria con la que se puede representar inicialmente toda responsabilidad activa; ¿Qué le sucederá a eso si yo no me ocupo de ello? Cuanto más oscura sea la respuesta, tanto más clara será la responsabilidad (...)”³³⁰.

No es la ley moral o el deber mismo el que mueve o motiva la acción moral, sino la llamada del posible bien-en-sí en el mundo que exige ser oída. La ley moral ordena oírla. Para que eso afecte a la voluntad se ha de estar receptivo y por ello el lado emocional entra en

³²⁷ Ibidem. p. 39.

³²⁸ Ibidem. p. 41.

³²⁹ Ibidem. p. 65.

³³⁰ Ibidem. p. 357.

juego. Y está en la esencia de nuestra naturaleza moral que esa llamada de la inteligencia encuentre respuesta en el sentimiento; es el sentimiento de la responsabilidad:

“Como cualquier teoría ética, también una teoría de la responsabilidad ha de tener en cuenta ambas cosas: el fundamento racional de la obligación –esto es, el principio legitimador subyacente de la exigencia de un ‘deber’ vinculante- y el fundamento psicológico de su capacidad de mover la voluntad, es decir, de convertirse para el sujeto en la causa de dejar determinar su acción por aquél³³¹”.

Jonas explica que “A esa especie de responsabilidad y de sentimiento de responsabilidad, y no a la ‘responsabilidad’ formal y vacía de todo agente por su acto, es a la que nos referimos cuando hablamos de la ética, hoy necesaria, de la responsabilidad orientada al futuro³³²”. Tanto en el caso del fundamento racional de la obligación como en el sentimiento de responsabilidad existe una relación de responsabilidad definible y no recíproca: las circunstancias o un convenio han puesto bajo la custodia de una persona el bienestar, el interés, el destino de otros, y eso significa que el control sobre ellos incluye también la obligación para con ellos, porque el poder sin la observancia del deber es irresponsable.

La responsabilidad es un correlato del poder, por eso la clase y la magnitud del poder determinan la clase y la magnitud de la responsabilidad, aunque no es una relación recíproca³³³: una parte es responsable y la otra no. En esa desigualdad de poder y responsabilidad, Jonas destaca dos clases de responsabilidad: la paterna y la política, y ambas comparten las características de totalidad, continuidad y futuro³³⁴.

La responsabilidad es una función del poder y del saber y en ella ambos mantienen una relación nada sencilla. “Cuando el poder y su ejercicio alcanzan ciertas dimensiones, no sólo cambia la magnitud de la responsabilidad, sino que también se produce un cambio cualitativo en su naturaleza, de modo que los actos del poder producen el contenido del deber; éste es, esencialmente, por lo tanto, una respuesta a lo que acontece³³⁵”.

La propuesta de Hans Jonas nos obliga a pensar que la descripción que hace sobre las consecuencias del uso de la tecnología en el dominio de la naturaleza, el poder y la globalización también tienen que ver con la necesidad de una nueva ética para la prensa. La afección que describe Jonas no se reduce a la naturaleza, también ha tenido y tiene consecuencias en la vida social. Como el mismo filósofo advierte no está sólo en juego la supervivencia de la humanidad, sino el concepto de hombre, lo que extrapolamos también a la

³³¹ Ibidem. p. 153.

³³² Ibidem. p. 164.

³³³ Ibidem. p. 166.

³³⁴ Ibidem. p. 176.

³³⁵ Ibidem. p. 212.

vida social y el concepto de vida social que queremos tener dadas las características y los desafíos que los nuevos escenarios nos proponen. Porque lo que también está en juego es a qué costo queremos sobrevivir, de qué manera y cómo vamos a entender el nuevo progreso³³⁶.

La ética de la responsabilidad de Karl Otto Apel

La ética de la responsabilidad de Apel se encuentra conectada a su vez con la necesidad de una nueva fundamentación. Después de 1945 se perfiló la última agudización de lo que Apel llama el reto externo de la ética: el *homo faber* que desde la invención del pico había ampliado continuamente el mundo efectivo de sus acciones y de esa forma había tenido ventaja respecto de sí mismo como ser racional, con el lanzamiento de la bomba atómica abrió una nueva era en materia de estrategia política y de política económica. Lo explica de la siguiente forma:

“Desde el invento del pico y del fuego hasta la técnica nuclear, la ratio técnica, que ha aumentado el alcance y el riesgo de las consecuencias de la acción humana, se ha adelantado a la razón práctica, qua instancia del control moral de la acción y de la responsabilidad, y la ha enfrentado con tareas totalmente nuevas³³⁷”.

La *ratio* técnica se ha adelantado y al hacerlo ha excluido a la razón práctica, enfrentándola a nuevos desafíos pero sin darle tiempo ni oportunidad de reacción. Y el mayor problema es que, por razones económicas, de poder, de costumbre y muchas otras, hay ámbitos en los cuáles ya no hay interés en dejar entrar a la razón práctica, pareciera que con la velocidad de la técnica basta. No obstante, hay áreas desde las cuales se manifiesta la necesidad de una respuesta que se adelante a la técnica, o al menos a la ejecución de los avances que ella propone. Y a nuestro parecer una de esas áreas es la de la ética aplicada a la prensa. En primer lugar, porque lo que está en juego es la satisfacción de un derecho crucial para la vida en democracia, pero también por la responsabilidad que conlleva el uso de la técnica asociada al poder de la prensa, así como porque muchos de los abusos que suponen

³³⁶ Para ver una interesante explicación sobre cómo la humanidad pasó de demonizar el progreso a convertirlo en meta y fe de los hombres ver, NISBET, R: *History of the idea of progress*, Henemann Education Books, United States, 1980.

³³⁷ APEL, K.O: *Estudios éticos*. Op.cit. p. 109. Sobre la necesidad de una responsabilidad ética planetaria dado el alcance de las consecuencias de las acciones humanas ver: APEL, K.O: *Una ética de la responsabilidad en la era de la ciencia*, Editorial Almagesto, Buenos Aires, 1992; APEL, K.O: “Globalization and the need for universal ethics”, en *European Journal of Social Theory* 3(2): 137-155, 2000; APEL, K.O: “Una macroética planetaria para la humanidad: necesidad, dificultad aparente y posibilidad eventual”, en *Cultura y modernidad: perspectivas filosóficas de oriente y occidente*, Kairós, Barcelona 2001.

los avances de la técnica tienen más relación con intereses extra informativos que con intereses vinculados al trabajo periodístico propiamente tal.

La historia del *homo faber* es la historia del desarrollo de la técnica y de la ulterior técnica fundamentada en la ciencia³³⁸. Además de la necesidad de una ética que se adelante a la técnica o que, al menos, medie con ella, Apel diagnostica un cambio en la relación entre el mundo perceptivo y el mundo efectivo, y lo ejemplifica con lo sucedido en Hiroshima y Nagasaki. Entonces, quienes lanzaron la bomba fueron incapaces de ver las consecuencias posibles en el mundo efectivo de los ciudadanos japoneses. Cuando desarrolla la idea de desafío interno de la ética³³⁹, Apel explica que la racionalidad de la ciencia despojada de valoraciones no sirve de fundamento ni criterio para una imposición razonable de metas ni para una evaluación de consecuencias.

Describe la situación del hombre como problema ético en un doble sentido³⁴⁰:

- a) Remontarse al devenir humano o humanización para identificar aquellos aspectos de la situación humana que desde el principio hasta ahora han determinado la situación del hombre (a diferencia de los otros seres naturales) como problema ético.
- b) Intentar demostrar mediante una reconstrucción –muy esquemática y general- de la revolución cultural humana qué reto ético de la situación humana se ha potenciado o agudizado dramáticamente en la actualidad, hasta tal punto que nos reta a elaborar una ética planetaria³⁴¹ fundamentada racionalmente en una justicia universalmente o interculturalmente válida y una corresponsabilidad de todos los hombres como respuesta a la situación humana.

“La ética del discurso, fundamentada pragmático-trascendentalmente, se ha de presentar, por tanto, como una respuesta a este reto de la situación presente³⁴²”. La caracterización apeliana de la actual situación del hombre como problema ético presupone que los humanos hemos de ser morales. Según explica Apel la responsabilidad apremia, por una parte, desde el nuevo reto mundial de establecer orden de paz y orden jurídico

³³⁸ APEL, K.O: *Filosofía primera, avui i ètica del discurs*. Op.cit. p.80.

³³⁹ El desafío interno consiste en enfrentarse a la aparente imposibilidad de la fundamentación última racional de la evaluación ética de las consecuencias. Esta aparente imposibilidad se produce porque el modelo o paradigma de la racionalidad científica parece ser obligatorio también para la filosofía. El desafío externo consiste en que las consecuencias técnico- prácticas de la ciencia para la vida en la moderna sociedad industrial plantea como algo urgente algo así como una macroética de la responsabilidad solidaria. Cfr. APEL, K.O: *Una ética de la responsabilidad en la era de la ciencia*, Editorial Almagesto, Buenos Aires, 1992, p. 14.

³⁴⁰ APEL, K.O: *Filosofía primera, avui i ètica del discurs*. Op.cit. p. 69.

³⁴¹ Apel desarrolla detalladamente la urgencia de una macroética planetaria con mucha claridad en APEL, K.O: “Una macroética planetaria para la humanidad: necesidad, dificultad aparente y posibilidad eventual”, en *Cultura y modernidad: perspectivas filosóficas de Oriente y Occidente*, Kairós, Barcelona, 2001.

³⁴² APEL, K.O: *Filosofía primera, avui i ètica del discurs*. Op.cit. p.70.

cosmopolita³⁴³ ante la constante amenaza de guerra en un mundo totalmente polarizado. Por otra parte, será la crisis ecológica, y no la guerra atómica, la que insta a una reflexión de estas características, esto además del antagonismo económico y social entre el primer y tercer mundo que plantea un problema de justicia social a escala mundial³⁴⁴.

No se trata sólo de responsabilidad ética por las consecuencias de guerras o actividades terroristas que se saben destructivas, sino también de las consecuencias de las actividades colectivas³⁴⁵. La crisis de la adolescencia moral de la humanidad no se ha acabado de ninguna manera en la actualidad³⁴⁶. El reto actual de la ética no está compuesto sólo por los retos externos –como la crisis ecológica, la globalización³⁴⁷ y otros problemas parecidos–, sino que también es resultado de las contradicciones internas y los déficits de los recursos morales. En otras palabras, es tanto resultado de los déficits de la moral tradicional o convencional como de los déficits de la ética filosófica.

La ruptura con el *homo faber* puso en evidencia la necesidad de una regulación moral de las acciones humanas no sujetas a la regulación instintiva. Dicha regulación fue llevada a cabo por medio del desarrollo de instituciones morales. No obstante, el propio desarrollo de las instituciones sociales “ha superado el estadio en el que la regulación de la interacción humana encuentra en el estado (nación) su expresión más integradora y su autoridad moral más elevada³⁴⁸”. Asimismo, dice Apel, la moral convencional en términos de microética y mesoética³⁴⁹ no puede ya dar respuesta a los nuevos retos de la responsabilidad humana por las consecuencias distantes de nuestras acciones³⁵⁰.

A partir de la valoración que hace Apel de lo que ha descrito como la actual crisis de la humanidad, hace un llamamiento sobre la urgente necesidad de una nueva fundamentación racional y filosófica de la ética en la era de la ciencia³⁵¹. Apel diagnostica una crisis, puesto que la actual perturbación de los sistemas naturales, así como la consiguiente puesta en riesgo de la vida humana incluso “parece estar condicionada por el desarrollo que solemos entender como progreso de la civilización: es decir, la sustitución progresiva de la adecuación del

³⁴³ *Ibidem.* 94.

³⁴⁴ *Ibidem.* p. 96.

³⁴⁵ *Ibidem.* p. 81.

³⁴⁶ *Ibidem.* p. 89.

³⁴⁷ APEL, K.O: “Globalization and the need for universal ethics”, *Op.cit.*

³⁴⁸ APEL, K.O: “Una macroética planetaria para la humanidad: necesidad, dificultad aparente y posibilidad eventual”, *Op.cit.* p.221 y p. 222.

³⁴⁹ Apel explica que la moral convencional está esencialmente restringida a las relaciones humanas, ya sea en el seno de grupos pequeños –microética- o al cumplimiento de los deberes propios de roles profesionales dentro del sistema social de normas –mesoética.

³⁵⁰ En esto hay coincidencia con el diagnóstico que conduce a Hans Jonas a elaborar su propuesta del principio de responsabilidad.

³⁵¹ APEL, K.O: *Estudios éticos.* *Op.cit.* p. 108.

hombre al medio ambiente natural por su transformación técnica, en el sentido de su adecuación a las necesidades humanas creadas por el proceso de desarrollo económico³⁵²”.

Según Popper, Albert y Weber es posible investigar las consecuencias de las acciones y así facilitar la decisión a favor o en contra de los hombres³⁵³. Apel cuestiona hasta qué punto los métodos axiológicamente neutrales de la ciencia se pueden poner al servicio de una ética de la responsabilidad³⁵⁴. Dice Apel que la función racionalizadora de la indagación sobre las consecuencias de las acciones de una ética de la responsabilidad representa un elemento indispensable para una ética en la era de la ciencia, especialmente en vista de las múltiples y complejas dimensiones de la ética aplicada.

Advierte que “Parecería, pues, que la misma ciencia, con su reclamación de una nueva ética racional por un lado, y con el monopolio que ostenta sobre la definición de racionalidad por el otro, hubiera bloqueado el paso hacia una base racional de la ética, demostrando su imposibilidad³⁵⁵”. Dice Apel que se estableció un nuevo paradigma de la ética, la distinción entre ser y deber ser, entre las leyes fácticas de la naturaleza y las leyes normativas del actuar humano: se supuso un abismo insuperable entre la idea de la ética y la idea de la ciencia valorativamente neutra, es decir, entre la idea de la razón práctica y la idea de una racionalidad científicista y tecnológica³⁵⁶. Agrega que la distinción lingüístico analítica de estos dos tipos de discursos (científico-objetivo y normativo-prescriptivo) como correlatos de ser y deber ser,

“(…) atribuye los predicados de “objetividad” y “verdad” como predicados meta-lingüísticos sólo a las preposiciones descriptivo-explicativas de la ciencia; de esta manera, las preposiciones prescriptivo normativas de la ética se presentan como no objetivamente válidas o verdaderas y, por lo tanto, parecen ser fundamentables sólo como decisiones subjetivas³⁵⁷”.

Apel valora que estos tres rasgos, a) evolución de la razón técnica sin considerar a la razón práctica, b) la oposición entre ser y deber ser y c) la aparente imposibilidad de objetividad de las normas versus la objetividad de la ciencia, han conducido a un escenario que resume en la dificultad de fundamentar la ética en la era de la ciencia. Apel explica esta

³⁵² *Ibidem*. p. 108.

³⁵³ APEL, K.O: *Filosofía primera, avui i ètica del discurs*. Op.cit. p. 104 y APEL, K.O: *Una ética de la responsabilidad en la era de la ciencia*. Op.cit. p. 15.

³⁵⁴ APEL, K.O: “Globalization and the need for universal ethics”, Op.cit. p. 139.

³⁵⁵ APEL, K.O: “Una macroética planetaria para la humanidad: necesidad, dificultad aparente y posibilidad eventual”, Op.cit. p. 225.

³⁵⁶ APEL, K.O: *Estudios éticos*. Op.cit. p. 113.

³⁵⁷ *Ídem*.

imposibilidad de fundamentar racionalmente las normas éticas a través del principio de neutralidad valorativa como fundamento de validez objetiva de la siguiente forma:

“Por lo pronto, el concepto científico-filosófico de la ley (natural) universalmente válida pareció proporcionar una base racional para el dominio técnico de la naturaleza y para la complementación compensadora de la racionalidad técnica del “homo faber” a través de la racionalidad ética del “homo sapiens”. Pero luego, en la Época Moderna, la ciencia, a través de su verificación experimental de leyes naturales fácticas condujo a la definición del concepto de la posible validez universal del conocimiento y con ello de la fundamentación racional del saber en el sentido de la neutralidad valorativa. De esta manera, justamente ahora la ciencia parece haber establecido una pauta que ya de antemano demuestra que es imposible una fundamentación filosófica y racional de la ética³⁵⁸”.

Apel concluye que el hecho de que la racionalidad de la ciencia sea neutral en cuanto valores en relación con sus objetos, no implica que una racionalidad no neutral en cuanto valores –por ende una racionalidad de la ética- sea imposible. Y la razón es que “la existencia de una ciencia neutral en cuanto a valores (...) ha presupuesto como condición para su posibilidad la validación normativa de una ética racional, al menos por lo que a la comunidad científica se refiere³⁵⁹”. La investigación científica no constituye sólo una relación de cognición entre sujeto y objeto, “sino también y al mismo tiempo, una cuestión de relación entre sujeto y cosujeto, de comunicación e interacción entre los miembros de la comunidad científica³⁶⁰”.

Apel toma en cuenta que aún el presupuesto del liberalismo tardío, que afirma que todo intento por fundamentar racional e intersubjetivamente la validez de normas conduce a un dogmatismo ideológico que amenaza la libertad, es falso y conduce a una ilusión liberal al suponer que exclusivamente la libre aceptación basta para fundamentar la obligatoriedad de normas públicamente válidas³⁶¹. Tampoco le parece que el “socialismo científico³⁶²” – interpretación objetivista-cientificista del pensamiento básico de Marx y de la dialéctica- responda a las necesidades de la fundamentación: ambos casos son una forma de

³⁵⁸ APEL, K.O: *Estudios éticos*. Op.cit. p. 114.

³⁵⁹ APEL, K.O: “Una macroética planetaria para la humanidad: necesidad, dificultad aparente y posibilidad eventual”, Op.cit. p. 226.

³⁶⁰ *Ibidem*. p. 225 y p. 226; APEL, K.O: “Globalization and the need for universal ethics”, Op.cit. p. 139.

³⁶¹ APEL, K.O: *Estudios éticos*. Op.cit. p. 117.

³⁶² Para profundizar en el desarrollo de las ideas de Apel en torno al liberalismo tardío y al socialismo científico Cfr. Apel, K.O: *Estudios éticos*. Op.cit. p. 120 -126.

cientificismo, es decir, la absolutización de una determinada idea de racionalidad científica que bloquea el desarrollo de una razón ética³⁶³.

Por otra parte, Apel estima que la ética del imperativo categórico - ética de la buena voluntad que se da leyes a sí misma-, es una ética que se centra en la universalidad de las máximas de acción y que se abstrae de los casos concretos de la historia real³⁶⁴. Por eso no es suficiente para enfrentar las problemáticas actuales y, ante esta ausencia de una ética con vocación universal pero atenta a los casos concretos, es que Apel plantea la urgencia de desarrollar una ética de la responsabilidad solidaria. Afirma que la situación del hombre representa antes que nada un problema ético para sí mismo: el comportamiento humano ya no se determina por los instintos – es decir, por las leyes de la naturaleza-, sino que se ordena por medio de la voluntad libre o de la razón práctica en la autorepresentación de leyes de comportamiento o principios³⁶⁵.

La propuesta ética de Apel es universalmente válida porque pretende vincular a todos los hombres de la misma manera³⁶⁶, y porque la globalización (que ha ligado el sistema financiero capitalista y la tecnología de las comunicaciones) provee de un desafío tal que requiere de una respuesta ética universalmente válida³⁶⁷. Lo que se pretende es un compromiso responsable por las propias acciones y las consecuencias que ellas provocan. Y ésta es la perspectiva de responsabilidad que quisiéramos destacar como pertinente para el trabajo de la prensa: universal, de compromiso por las acciones profesionales y responsable por lo que se hace y sus consecuencias.

Asimismo, como hemos mencionado anteriormente, una propuesta de estas características tiene que considerar y abordar la realidad multicultural de nuestra sociedad, porque será en esa multiculturalidad en la que habrán de alcanzarse los acuerdos. En este sentido nos parece muy valiosa la aportación que hace Apel al reinterpretar la tolerancia como tolerancia positiva. La tolerancia positiva implica el reconocimiento de la variedad social de culturas y tradiciones. Apel considera que en el nivel ético la tolerancia positiva puede responder a dos requerimientos que la multiculturalidad plantea a la tolerancia: 1) el deber de apoyar a todos en la persecución de sus ideales; y 2) comprender la tolerancia positiva – reconocimiento de la variedad cultural y de tradiciones- y sus restricciones, como por ejemplo la misma dificultad que supone enfrentarse a una pluralidad de culturas y tradiciones³⁶⁸.

³⁶³ APEL, K.O: *Estudios éticos*. Op.cit. p. 125.

³⁶⁴ APEL, K.O: *Filosofía primera, avui i ètica del discurs*. Op.cit. p. 113.

³⁶⁵ *Ibidem*. p. 74.

³⁶⁶ *Ibidem*. p. 89.

³⁶⁷ APEL, K.O: “Globalization and the need for universal ethics”, Op.cit.

³⁶⁸ APEL, K.O: “Plurality of the good? The problem of affirmative tolerance in a multicultural society from an ethical point of view”, Op.cit.

Con su ética de la responsabilidad Apel responde a preguntas tales como ¿Por qué ser moral? ¿Por qué ver a los demás con los mismos derechos? ¿Por qué aceptar una corresponsabilidad por las consecuencias de las acciones propias y en particular por las consecuencias futuras de las acciones colectivas?³⁶⁹ Resalta la urgente necesidad de una macroética de la responsabilidad solidaria con base racional como “la tarea nueva más importante para la ética filosófica de nuestros tiempos³⁷⁰”:

- a) Macroética, porque los problemas nos afectan a todos, y porque debe ser suficientemente amplia para que tengan cabida todas las concepciones particulares de vida buena.
- b) De la responsabilidad, porque no podemos no ser responsables, porque las generaciones futuras, los participantes en futuras decisiones, también serán afectados por cuanto hacemos hoy.
- c) Solidaria, por las consecuencias y subconsecuencias, dado que la apertura al entendimiento, parte de la razón comunicativa, es necesariamente solidaria.

La responsabilidad tal como la entiende Apel nos sitúa más allá de la obligación moral individual, “en el sentido de la corresponsabilidad para la formación y la transformación de las instituciones relacionadas con el discurso³⁷¹”, porque si queremos evitar el peligro de un utopismo irresponsable, hemos de afirmar las instituciones como condiciones de implementación de la moral, al tiempo que hemos de someterlas a la crítica de una comunidad del discurso a escala mundial. “En la medida que esto sea así, la evaluación responsable de la instituciones representa una tarea central de la parte B de la ética del discurso³⁷²”.

Sobre responsabilidad y la prensa

La prensa, en tanto institución, ha de hacerse cargo y responder en proporción al poder que ostenta, aunque en ocasiones sea difícil hacerlo porque vivimos en contextos multiculturales donde muchas veces no se comparte el mismo marco normativo. Por eso, aunque concordamos con Román en que a la hora de hacerse cargo puede ser muy valioso “entender o comprender la situación del que exige respuesta y el compromiso activo de subsanar el mal³⁷³”, en ocasiones la obligación de entender y comprender puede restringir mucho el hacerse cargo. Valoramos el componente racional, pero en el caso de la profesión, por

³⁶⁹ APEL, K.O: *Filosofía primera, avui i ètica del discurs*. Op.cit. p.106.

³⁷⁰ APEL, K.O: “Una macroética planetaria para la humanidad: necesidad, dificultad aparente y posibilidad eventual”, Op.cit.

³⁷¹ APEL, K.O: *Filosofía primera, avui i ètica del discurs*. Op.cit. p. 58.

³⁷² Ídem.

³⁷³ Cfr. ROMÁN, B: Op.cit.

ejemplo, podemos aducir no comprender con mucha facilidad, o no haber alcanzado a comprender todas las aristas –por la inmediatez y rapidez que exige el trabajo en la prensa–, para desligarnos de una responsabilidad que es ineludible.

La responsabilidad es intersubjetiva porque si no hay ante quién responder no hay responsabilidad posible³⁷⁴. Dicha intersubjetividad exige un compromiso con una evaluación ética de las consecuencias más allá de un simple cálculo de riesgos, más allá de las pérdidas que la acción puede producir para el medio en términos de ventas, más allá de los intereses personales o de unos pocos. Ir más allá del consecuencialismo no significa equiparar en importancia intención y consecuencias a la hora de evaluar los daños por los cuales hay que responder. En el ámbito de la responsabilidad cuentan sobre todo las consecuencias. Roberto Aramayo está con Hans Jonas en que las intenciones solas no pueden responsabilizarnos de nada, y en cambio, las consecuencias solas sí³⁷⁵. En el ámbito profesional la intención agrava el hecho, pero las consecuencias producidas bastan para reparar, para hacerse cargo. Además, con las intenciones surge la dificultad adicional de cómo determinarlas, sobre todo en sociedades complejas como las actuales.

En el caso de la actividad profesional, la responsabilidad será individual en el caso del periodista, pero colectiva en el caso del medio y del sector. La legislación será la encargada de definir luego si ante la ley responde el profesional solo o con el medio, pero se trata de responsabilidad individual e institucional. Roberto Aramayo dice³⁷⁶ que el concepto ético de responsabilidad es algo que atañe a la esfera individual, que no cabe generalizar a un colectivo, a menos que los componentes de dicho colectivo tomen cartas en el asunto y decidan suscribir determinados hechos. Pero ahí reside la cuestión: en el medio de comunicación todos deben suscribir los hechos por los cuales les cabe responsabilidad; el periodista, el cámara, el editor, el fotógrafo, el gráfico, el directivo, el gerente, el propietario, así como el gremio, es también responsable. Precisamente porque no se trata solamente de reparar un daño provocado por un individuo a otro o a un colectivo, también está en juego el resguardo de un deber profesional que tiene que ser protegido institucionalmente. La tarea pendiente es la de perfeccionar los métodos de reparación moral, además de los de reparación legal. Hay situaciones en las que no es necesario ni conveniente esperar una orden judicial para responder ante un daño provocado.

El diagnóstico de Jonas pone el énfasis en la existencia de un nuevo ante quién responder (las generaciones futuras) y en el alcance de un poder desmedido y sin control de la técnica.

³⁷⁴ CRUZ, M: *Cómo hacer cosas con los recuerdos. Sobre la utilidad de la memoria y la conveniencia de rendir cuentas*. Op.cit. p. 99. Para profundizar en los argumentos que respaldan la idea de que un daño debe ser subsanado ver también CRUZ, M, *Las malas pasadas del pasado. Identidad, responsabilidad, historia*. Editorial Anagrama, Barcelona, 2005.

³⁷⁵ ARAMAYO, R: “Los confines éticos de la responsabilidad”, Op.cit. p. 34.

³⁷⁶ *Ibidem*. p. 28.

En el caso de la prensa tiene que asumir la responsabilidad por colaborar en que las generaciones vendieras cuenten con la información del pasado para entender el presente. Porque la prensa no sólo almacenan hechos, sino también sus interpretaciones, contextos normativos traducidos en ideas y apreciaciones, formas de pensar, maneras de interpretar el mundo, etc.

Por su parte, el nuevo alcance y poder sin control de la técnica nos obliga a dirigir la mirada hacia la profesión. Es precisamente el poder adquirido el que obliga: a los periodistas los obliga el derecho a la información de los ciudadanos, pero también el poder adquirido por la prensa en tanto que actor social y en tanto que industria informativa. Como decía Jonas, la relación entre responsabilidad y poder está dada por las circunstancias o un convenio que pone en custodia el interés o bienestar de otros. Los periodistas deben velar por la correcta satisfacción del derecho a estar informados de los ciudadanos; y obliga porque el poder sin la observancia del deber es irresponsable. Por ello es que más allá de las consecuencias de las acciones el profesional debe anticiparse para evitar el daño.

No obstante lo dicho, nos parece que la propuesta de Jonas es insuficiente para un marco de responsabilidad para la prensa y sus desafíos actuales. La justificación de una ética así, desde la metafísica, nos parece excluyente y reduccionista de una ética que, desde la racionalización comunicativa, puede dar razones de su necesidad, más allá del atemorizante escenario escatológico del fin de la humanidad. Jonas es acertado con las preguntas que inaugura, pero su respuesta es conservadora, porque el criterio es la heurística del temor (ante el riesgo que supone la posibilidad de perder algo, mejor no hacerlo), y el temor no es un buen criterio porque limita y paraliza. El temor nos conduce a no actuar por miedo, en tanto la ética discursiva no tiene sentido si no acaba en la acción. Creemos que la propuesta discursiva de la ética de responsabilidad de Apel puede ser el marco ético apropiado, ya que equilibra la racionalidad comunicativa (posible) con la racionalidad estratégica (necesaria) y lo hace a través de los mecanismos dialógicos.

COROLARIO DEL CAPÍTULO TERCERO

La responsabilidad implica una respuesta a una pregunta, a una interpelación, por tanto, se trata de una cuestión dialógica y, como tal, nos parece que el lugar más adecuado para situar el planteamiento de una ética de la responsabilidad para la prensa es la propuesta del discurso. La actitud de respuesta surge porque hay otro que directa o indirectamente la pide o tiene derecho a pedirla. Nos interesa la perspectiva de la responsabilidad que no sólo considera responder por las consecuencias, sino también por procesos y por valores. Y dichos valores, así como las costumbres e interpretaciones de mundo, hoy en día son plurales, diversos y

situados en un proceso de globalización que es imparable e irreversible. En este contexto la respuesta debe mostrar la necesidad y la posibilidad de una ética universal para el multiculturalismo³⁷⁷, considerando que somos miembros de una “verdadera comunidad comunicadora³⁷⁸”.

En sociedades moralmente plurales y tecnificadas como las nuestras, el sólo hecho de que los avances se sucedan sin conocer a cabalidad los efectos que puede producir una acción técnicamente mediada, es suficiente motivo para que la ética de la responsabilidad no sólo “repare” o “compense” por los daños causados, sino que intente también anticiparse y prevenir. Desde el punto de vista de la profesión del periodista, el trabajo delegado exige y posibilita asumir con antelación la posibilidad de unos daños e intentar evitarlos, y eso tanto desde la ética como desde una legislación. En cualquier caso la capacidad de responder y justificar se desarrolla en comunidad.

Para la ética de la responsabilidad no se trata de que las acciones sean buenas "en ellas mismas", o sea, bien intencionadas, autónomas, universalizables, normativamente obligatorias –conforme dictan los criterios de la ética formal- sino, fundamentalmente, de que sus efectos sean buenos -no dañen, ni impidan la autonomía y su universalización-, pues es de ellos de lo que debemos responder³⁷⁹. La sola buena intención no basta, así como una ética que resguarde el derecho a estar informado tampoco puede reducirse a reparar daños provocados por las consecuencias de un mal hacer profesional. Ha de ser una ética que no se desentiende de la fundamentación, sino que la encuentra en la cooperación interdisciplinaria, porque a la luz de una ética de la responsabilidad ha cobrado “importancia decisiva la evaluación, objetivamente adecuada de una situación, esto es, el establecimiento científicamente correcto de unos hechos significativos y la averiguación de las consecuencias probables³⁸⁰”: porque una decisión que no admite fundamentación posterior no brinda fundamentación que pueda ser llamada responsable y, por tanto, moral. Apel tiene razón cuando afirma que si es contrario a la razón es contraria a la moral y a la responsabilidad, y al no haber fundamentación última, no hay obligatoriedad moral porque es una elección pre racional³⁸¹.

El diagnóstico que hace Apel nos recuerda que la organización efectiva de la responsabilidad solidaria de los seres humanos en la era de la ciencia no puede ser

³⁷⁷ APEL, K.O: “Globalization and the need for universal ethics”, Op.cit. p. 41.

³⁷⁸ APEL, K.O: “Una macroética planetaria para la humanidad: necesidad, dificultad aparente y posibilidad eventual”. Op.cit. p. 229.

³⁷⁹ ROMÁN, B: “Los retos de la ética en el nuevo milenio”, en *ARS Brevis*. Anuario de la Cátedra Ramón Llull. Universidad Ramón Llull, Barcelona, 2000, p. 316.

³⁸⁰ APEL, K.O: *Una ética de la responsabilidad en la era de la ciencia*. Op.cit. p. 5.

³⁸¹ *Ibidem*. p. 10.

solucionada en última instancia en el marco de los Estados particulares³⁸². Además de lo que se pueda hacer dentro de ellos, es perentoriamente necesaria una cooperación en el ámbito internacional, ejemplo de ello son situaciones de alcance mundial como la crisis ecológica, el hambre, la pobreza, la desigual distribución de riqueza, etc.

Guardando las diferencias del caso, algo similar sucede con la prensa: no podemos conformarnos con la declaración o efectividad de buenas intenciones de algunos medios, de unos pocos periodistas, del funcionamiento de la prensa en determinados países. Si para todo lo demás la industria de los medios de comunicación funciona como una transnacional más, también debe funcionar como tal para “globalizar” un marco de ética adecuado a su tarea. La necesidad de la cooperación internacional evidencia la función clave de una ética política para la organización de la responsabilidad solidaria en la era de la ciencia.

Hablamos de la necesidad de una ética de la responsabilidad en la era mediática porque también hay un poder que se ha vuelto desmedido y del cual hay que responder. Y esa respuesta contempla una doble instancia: anterior al daño y posterior a él. La anterior será desde la ética de la responsabilidad como marco de acción para la profesión en el contexto actual de la prensa; y la posterior consiste en rendir cuentas respondiendo a través de los diversos mecanismos existentes y mejorables. Ambas instancias de respuesta requieren de una reformulación de la ética y del resguardo de una legislación que asegure también los mecanismos de la posterior.

La propuesta de Apel es pertinente para el trabajo de la prensa por el énfasis que da a la aplicación a los casos concretos; porque propone una perspectiva “positiva” de la tolerancia que asume la realidad de la multiculturalidad como el escenario en el que se deben alcanzar los acuerdos que busca; por su apuesta por la racionalidad de la ética más allá de la ciencia. Dado que en la ética de la responsabilidad se trabaja con principios y con hermenéutica de los contextos, se les exigirá a los profesionales comprometidos razonamiento previo, deliberación, diagnóstico y argumentación en torno a cada decisión ética.

El desafío es “descubrir en los distintos ámbitos la peculiar modulación del principio común”. Y creemos que la manera de articularlo en la prensa es dejar de lado un poco la estrategia (basada, como hemos dicho, en intereses extra informativos y fuera del rol democratizador de la prensa) para incorporar los intereses de todos los posibles interlocutores válidos. La incorporación de los interlocutores requiere detectarlos y reconocerlos, tal vez, desde la perspectiva de la empresa, como grupos de interés o *stakeholders*, y protegerlos a través de una ley. La responsabilidad de la ética discursiva considera las consecuencias, pero siempre dentro del marco de justicia que exige la ética dialógica.

³⁸² *Ibidem*. p. 39-42.

Si queremos evitar el peligro de un utopismo irresponsable, las instituciones han de ser sólidas y someterse a la crítica de una comunidad del discurso responsable a escala mundial. La función democrática de la prensa exige hoy en día una revisión del marco ético que resguarda dicha función, así como un replanteamiento de la deontología de la profesión periodística, aspecto que trataremos en el siguiente capítulo.

CAPÍTULO IV

NIVELES ÉTICOS COMO GARANTÍA DE UN PERIODISMO DE CALIDAD

La vida democrática exige información, mas no de cualquier tipo. Y para que esa información sea la que los ciudadanos necesitan y les corresponde, ineludiblemente la apuesta es por un periodismo de calidad que la asegure. El periodismo de calidad requiere de un compromiso ético en diferentes niveles. En la primera sección de este capítulo repasaremos desde los desafíos éticos específicos de la profesión (primer nivel). En la segunda parte abordaremos la perspectiva ética de la empresa informativa (segundo nivel) y las exigencias que los medios en tanto empresas, le suponen al periodista y al periodismo de calidad. En la tercera parte reflexionaremos desde la perspectiva ética del sector profesional (tercer nivel), la tarea pendiente de una adecuada regulación del sector conforme a los desafíos actuales, así como las condiciones necesarias para un periodismo virtuoso y de calidad.

PARTICULARIDADES DE LA ÉTICA PROFESIONAL DEL PERIODISTA

Como ya hemos dicho en el primer capítulo, la legitimidad del ejercicio del profesional de la información se encuentra en satisfacer la completa recepción del derecho a estar informado. En efecto, y dicho con MacIntyre, si la satisfacción del fin último de cualquier práctica es lo que le otorga legitimidad, el fin último de esta actividad profesional es satisfacer aquel derecho³⁸³. El escocés vincula la práctica a un orden narrativo de vida humana y tradición moral que “suministra el terreno donde se muestran las virtudes³⁸⁴”, y la define así:

“Por ‘práctica’ entendemos cualquier forma coherente y compleja de actividad humana cooperativa, establecida socialmente, mediante la cual se realizan los bienes inherentes a la misma mientras se intenta lograr los modelos de excelencia que le son apropiados a esa forma de actividad y la definen parcialmente, con el resultado de que la capacidad humana de lograr la excelencia y los conceptos humanos de los fines y bienes que conlleva se extienden sistemáticamente³⁸⁵”.

MacIntyre explica que la existencia de unos bienes internos, inherentes a toda actividad, le da a ésta sentido y la legitiman. Lo ejemplifica con el trabajo de un pintor, que alcanza los bienes internos de su actividad en la medida en que logra la excelencia tanto en el

³⁸³ MACINTYRE, A: *Tras la virtud*, Editorial Crítica, Barcelona, 2001, p. 233.

³⁸⁴ Ídem.

³⁸⁵ Ídem.

trabajo, en su destreza, como en cada retrato³⁸⁶. En cambio, los bienes externos que también tiene toda actividad se alcanzan en el desempeño de la misma y tienen relación con unas circunstancias sociales. Los bienes externos son el poder, la fama, el prestigio, y son típicamente objeto de una competencia “en la que debe haber perdedores y ganadores. Los bienes externos son resultado de competir por excelencia, pero es típico de ellos que su logro es un bien para toda la comunidad que participa en la práctica³⁸⁷”. Por tanto, buscar los bienes externos no necesariamente es perjudicial, pero una actividad se corrompe si los bienes externos sustituyen a los internos.

Las universidades, el propio medio de comunicación, las asociaciones, los colegios profesionales, etc., todas deberían ser comunidades donde aprender buenas prácticas, en el sentido de MacIntyre, porque aunque los bienes externos son objeto de competencia donde unos ganan y otros pierden, el logro de los bienes internos es un bien para toda la comunidad que realiza la práctica. Si la empresa y las universidades funcionan como estas comunidades de referencia, pueden salvar a individuos que, por no contar con ellas, acaban convirtiéndose en héroes intentando la excelencia en el ejercicio profesional.

En el caso de la profesión periodística la satisfacción del derecho a la información supone conflictos por la no concordancia entre teoría y praxis. Parece haber un abismo insalvable entre ambas: si existen dinámicas viciadas en las salas de prensa, los nuevos profesionales que llegan desde las universidades se ven forzados a asumir que hay que olvidar los textos de deontología y los casos analizados para dejarse llevar por el “verdadero *know how*”.

Las críticas del trabajo periodístico suelen centrarse en el ejercicio profesional mismo -falta de autocrítica, corporativismo o cooperativismo³⁸⁸-. Sin embargo, es necesario prestar atención a las deficiencias que se arrastran desde la etapa de formación, considerando que el buen periodismo se vincula al concepto de excelencia y a unas virtudes profesionales, a la vez que hay que sopesar que:

“Dedicarse a la ética profesional no es solamente traducir unos principios o marcos metódicos ya establecidos al contexto de la medicina, el periodismo o la abogacía, por citar tres ejemplos. Es también optar por uno de esos marcos como el más apropiado”³⁸⁹“.

³⁸⁶ MACINTYRE, A: Op.cit, p. 236.

³⁸⁷ Ibidem. p. 237.

³⁸⁸ En este contexto entendemos por corporativismo una solidaridad interna mal entendida y por cooperativismo la tendencia a la cooperación en el grupo, que puede ser bien o mal entendida. Todo corporativismo es cooperativismo pero no todo cooperativismo es corporativismo.

³⁸⁹ VELAYOS, C (ed.): *Ética y ethos profesionales*, Universidad de Granada, Granada, 2009, p. 18.

La pregunta es quién define el marco más apropiado y los criterios de elección, cuáles son los más apropiados para quién y para qué. Y saber decidir cuál es el más apropiado nos remite al requisito de la formación del profesional en la excelencia, a la vez que pone de manifiesto la necesidad de la pregunta por la responsabilidad.

En el artículo “Autonomía profesional y códigos deontológicos de la comunicación social”, Vicent González y J. Félix Lozano plantean el enfrentamiento que se produce entre el nivel normativo y el pragmático en la profesión periodística: “La práctica real, contraviene los valores y orientaciones ideales que, se supone, habrían de presidir e inspirar el trabajo del periodista³⁹⁰”, valores tales como la autonomía profesional, la libertad de expresión o el mismo derecho de los ciudadanos a recibir información³⁹¹.

Con el auge de las “éticas aplicadas” se ha comenzado a incluir dentro de éstas a la ética profesional por su aplicación a un ámbito concreto de acción, aunque éste es un rasgo propio de cualquier ética³⁹². Pero si se trata de una ética circunscrita a un marco de acción concreto, con mayor razón es deseable que sus métodos sean los adecuados, que haya una revisión de los problemas más recurrentes, que exista una formación de los sujetos que a ella se dedican y, más complicado, que dichos sujetos confíen en sus procedimientos.

La ética profesional queda definida porque hay unos modos concretos de realizar el trabajo profesional de buena manera, hay un determinado quehacer que es el adecuado. Carmen Velayos llama *ethos* o carácter moral³⁹³ a esa peculiar manera moral de ver el mundo, definida por unos modos, límites y contenidos de la profesión. Y aclara,

“Lo que caracteriza a una profesión no es necesariamente la singularidad de sus valores como la enfatización de unos sobre otros, o la originalidad de sus principios, sino la forma en que los jerarquizan y las razones de por qué lo hacen y el vínculo que éstos tengan con los objetivos internos de la profesión³⁹⁴”.

Transversal a cualquier “ética aplicada”, en este caso, profesional, se encuentra una ética universal. Velayos lo llama *ethos* colectivo y lo referencia a través de la Declaración Universal de Derechos Humanos³⁹⁵. Begoña Román, siguiendo a Adela Cortina, especifica más la distinción cuando explica la diferencia entre una ética de mínimos y una ética de

³⁹⁰ GONZÁLVEZ, V. y LOZANO, J.F: “Autonomía profesional y códigos deontológicos de la comunicación audiovisual”, en CONILL, J. y GONZÁLVEZ, V. (Coord.) *Ética de los medios*, Gedisa, Barcelona, 2004, p. 58.

³⁹¹ Ídem.

³⁹² VELAYOS, C (ed.): Op.cit, p.14.

³⁹³ VELAYOS, C (ed.): Op.cit, p. 7.

³⁹⁴ Ibídem. p.8.

³⁹⁵ Ibídem. p. 21.

máximos. La ética de mínimos “no dicta todas las normas que cabe seguir, sino sólo -es este un "sólo" de modestia, que no de falta de importancia- aquellas normas exigibles a todos los ciudadanos para crear una convivencia humana³⁹⁶”; en tanto que una ética de máximos es la reflexión filosófica que conduce a un determinado estilo de vida, a una vida feliz. La distinción entre ética de mínimos y ética de máximos supone la garantía de la convivencia entre ciudadanos asegurada por “unos mínimos” compartidos y no por compartir el estilo de vida personal³⁹⁷.

Las éticas profesionales tienen también unos mínimos que aseguran el buen ejercicio profesional. Asimismo, dado que cada profesión estará inspirada por distintos valores y en cada una de ellas se defenderán diferentes principios, cada profesional resguardará valores y principios de formas diversas³⁹⁸. Por ejemplo, el secreto profesional tiene una prominencia distinta para un médico que para un ingeniero, o para un abogado, psicólogo o sacerdote. De la misma forma, la vida privada de las personas es materia importante para el trabajo de los médicos, no obstante, no debiera serlo para el de los periodistas.

La ética de las profesiones reflexiona sobre los fines que legitiman una actividad profesional, fin que es el bien o servicio que la profesión rinde a la sociedad³⁹⁹. Por tanto aunque no exista una definición unívoca, la profesión es un concepto normativo en sí mismo dado que sí se le reconoce una vocación de servicio público en razón del cual tiene *ethos* o carácter moral⁴⁰⁰. No obstante, la profesión en sí misma no es un sujeto moral, por tanto, no tiene creencias, intención ni responsabilidad. Por ello mismo pueden producirse “ciertos conflictos entre los valores y los fines propios de los individuos que la ejercen y los valores y los fines que ella misma supone⁴⁰¹”. De ahí la relevancia de la formación ética en la profesión.

Con frecuencia se pone énfasis en la formación o en la adquisición de ciertas técnicas o contenidos prácticos, relegando la ética y el análisis crítico de situaciones en las que se producen enfrentamientos de valores (personales y de la profesión, por ejemplo, o entre valores propios de la misma profesión), haciendo creer que la ética en el periodismo es un añadido externo⁴⁰², casi opcional. De esta manera se acentúa la percepción de que hay un abismo entre la realidad y lo que se explica en las aulas sobre el buen hacer profesional.

³⁹⁶ ROMÁN, B: “Los retos de la ética en el nuevo milenio”, Op.cit. p. 315.

³⁹⁷ *Ibidem*. p.318.

³⁹⁸ Los valores que inspiran al periodismo y el rol que tienen o pueden tener será abordado en breve. Por ahora, entendemos por valor como aquella cualidad que nos hace apreciar algo y por principio como la norma básica y/o el fundamento de las acciones moralmente correctas. Cfr. THIEBAUT, C: *Conceptos fundamentales de Filosofía*, Alianza Editorial, Madrid 2007, p. 105 y p. 89, respectivamente.

³⁹⁹ ROMÁN, B: “Los retos de la ética en el nuevo milenio”, en *ARS Brevis*. Anuario de la Cátedra Ramón Llull. Universidad Ramón Llull, Barcelona, 2000, p. 322.

⁴⁰⁰ VELAYOS, C (ed.): Op.cit. p.11.

⁴⁰¹ *Ibidem*. p. 22.

⁴⁰² AZNAR, H: *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales*, Paidós, Barcelona, 2005, p. 52.

Velayos arguye que la existencia y sobrevivencia del *ethos* periodístico requieren de la posibilidad de su propia transmisión, cuyo proceso se divide en cuatro etapas fundamentales⁴⁰³:

- 1.- Fase de vocación, en la que se despierta el interés personal por la profesión.
- 2.- Fase de reclutamiento, se refiere al ingreso en la educación universitaria.
- 3.- Fase de entrenamiento, que se produce durante los períodos de prácticas profesionales.
- 4.- Fase de resocialización ocupacional y profesionalización, que se desarrolla una vez que el ya profesional ingresa a un entorno laboral.

Velayos le concede bastante importancia a la fase de entrenamiento, dado que sería el momento en que se pasa del aprendizaje teórico o referencial a un adiestramiento en terreno, lo que a su parecer “constituye el modo más eficaz de adquirir la ideología y la práctica en cualquier profesión⁴⁰⁴”. Esta afirmación nos merece dudas, dado que la adquisición de la ideología requiere del desarrollo, formación y fomento de un pensamiento crítico y reflexivo del cual ninguna de las fases descrita suele hacerse cargo. En la Universidad, lugar idóneo para que dicho pensamiento se estimule, con frecuencia más bien se transmiten “fórmulas éticas” con las cuales se espera que los futuros periodistas se enfrenten a los dilemas reales. Y es que no hay que olvidar que la ética implica tomar decisiones racionales, lo que a su vez exige cultivar la predisposición a tomarlas hasta que se forme un hábito, incluso una costumbre⁴⁰⁵.

Velayos comenta que durante los períodos de prácticas profesionales: “(...) con el fin de superar la incertidumbre que causa cualquier situación social nueva y de conseguir la aceptación del grupo de iguales, el iniciado siente la necesidad de responder y reaccionar haciendo lo correcto, esto es, lo que se espera de él⁴⁰⁶”. Si esto es así, si el periodista ya “entrenado” se siente parte del grupo hasta el punto de hacer lo que los demás integrantes esperan de él, el problema será dilucidar si “lo que se espera de él” es o no lo correcto. “El iniciado” debe tener capacidad crítica para evaluar tanto las opciones que se le presentan como las expectativas que se tienen de él.

También se corre el riesgo de suponer que el editor a cargo del estudiante que se encuentra realizando el período de prácticas profesionales permanece ajeno a las presiones propias de los medios y que, además, tiene un comportamiento ético. No podemos olvidar la importancia del contexto en el desarrollo del juicio moral⁴⁰⁷: salas de prensa bajo presión

⁴⁰³ VELAYOS, C (ed.): Op.cit. p. 78.

⁴⁰⁴ Ibidem. p. 85.

⁴⁰⁵ CORTINA, A: “Las tres edades de la ética empresarial”, en CORTINA, A (Ed): *Construir confianza*, Trotta, Madrid, 2003, p. 18.

⁴⁰⁶ VELAYOS, C (ed.): Op.cit. p. 85.

⁴⁰⁷ LOZANO, J.M: *La empresa ciudadana como empresa responsable y sostenible*, Editorial Trotta, Madrid, 2009, p. 118.

hacen sentir que no se puede hacer nada más allá de los “intereses” del público o del propio medio, por eso no son el ambiente más adecuado para que se desarrolle un juicio moral crítico a la altura de los dilemas que en el trabajo profesional se presentan día a día.

Velayos también se refiere al aspecto positivo que tendría la repetición a lo largo del tiempo de unas mismas acciones, lo que produciría la unidad de valores y comportamientos. Pero, ¿qué sucede si la acción que se repite está viciada o no responde a la coyuntura actual? y ¿si no se tiene ninguna capacidad crítica respecto de la propia acción o de su repetición? Otro problema es que frecuentemente los estudiantes llegan a la fase de reclutamiento con una idea demasiado elaborada –incluso en ocasiones rígida- de cómo es y cómo funciona la vida profesional, teniendo clara conciencia del abismo entre teoría y práctica. Ya desde la época de la Universidad asumen las clases de deontología o ética profesional con ideas preconcebidas que los conducen a memorizar contenidos para rendir unos exámenes y aprobar, a sabiendas que lo que han aprendido probablemente sea muy distinto en la sala de redacción. La ética no puede ser reducida a la práctica; si no está presente desde antes es muy difícil exigirla después.

A continuación discutiremos sobre aquellos rasgos que distinguen a la profesión periodística y que, a su vez, le plantean particulares escenarios éticos. Estos elementos distintivos guardan relación con aquello que origina el proceso informativo, es decir, la satisfacción de un derecho humano y, con el rol democratizador de los medios en tanto que generadores de opinión pública.

Satisfacción del derecho a estar informado

Según explica Ramón Alcoberro⁴⁰⁸, las éticas del periodismo y de la información en general han conocido dos fases:

- 1) En un primer momento las sociedades liberales se centraron en la defensa de la libertad de expresión contra cualquier tipo de censura externa, insistiendo especialmente en la ejercida por grupos políticos o religiosos.
- 2) En un segundo momento, la defensa de la libertad de expresión se hizo respecto de los grupos económicos y de las nuevas circunstancias que se han producido al interior de las grandes empresas de la comunicación.

Resulta curioso que a la hora de hablar de la ética de la profesión periodística las discusiones se centren en la defensa de la libertad cuando en realidad el objeto de la ética periodística es regular el comportamiento de los profesionales para salvaguardar la correcta satisfacción del derecho a estar informado. Bajo la óptica de la ética profesional del

⁴⁰⁸ Ver: <http://www.alcoberro.info/V1/eticaperiodis.htm> Consultado en mayo 2011.

periodista, la libertad de expresión queda al servicio de la satisfacción de ese derecho. No obstante, hasta ahora los esfuerzos han estado centrados en la defensa de la libertad es momento de hacerse cargo de la protección del derecho a estar informado.

El derecho a la información tiene un objeto que es general, la información, y un sujeto que es universal, todos y cada uno de los seres humanos, sin distinción. El estudio de este fenómeno recibe el nombre de derecho de la información, diferenciándose así de la denominación del mismo que es activo, “derecho a la información”, que indica a qué es a lo que el sujeto tiene derecho.

El bien interno es el que proporciona el sentido de la práctica ante la sociedad y, con él, su credibilidad y legitimidad. El bien interno del ejercicio profesional del periodista es cumplir con la satisfacción de la facultad delegada, dar a cada uno lo suyo, lo que a cada quien le pertenece: la información. Este concepto ha adquirido dimensiones diversas, profundas y, a veces, contradictorias.

Rol democrático de la prensa como generadora de opinión pública

El mal hacer, el mal periodismo, además de producir desconfianza en la actividad contribuye al monopolio de las ideas. Y no hay nada más contrario al rol democratizador de los medios de comunicación que el no favorecer la libre circulación de las diferentes ideas y opiniones que, conforman una sociedad democrática y pluralista, y que debieran alimentar la opinión pública. La idea del “cuarto poder” -aludiendo a la prensa escrita-, se presentaba inicialmente como una forma de ampliación de la necesaria libertad que debe haber entre el poder ejecutivo, el legislativo y el judicial. Se pensaba que podría contrarrestar la invasión de los poderes legislativo y judicial, por parte del ejecutivo, y viceversa. Al colaborar al equilibrio entre los diferentes poderes del Estado se buscaba garantizar la libre expresión y actuación de la opinión pública.

Mientras los conceptos de público, opinión y publicidad son sometidos a constante revisión y sobre ellos hay discusiones amplias en diferentes campos de investigación, no parece haber claridad respecto a la definición de opinión pública: ¿qué o quiénes la conforman? ¿El público, la opinión sistematizada de unos cuantos influyentes, la opinión de muchos o la de la mayoría?

La “opinión pública” es considerada en todos los estudios de mercado, sondeos políticos y/o importantes cuantificaciones de la sociedad del siglo XXI. Se espera identificar a la opinión pública para luego influenciarla para comprar determinado producto o votar determinado partido o candidato. En este sentido, la opinión pública es equiparada al público, es decir, a un grupo significativo de personas que en su conjunto son potenciales votantes o compradores.

Sobre el significado de opinión pública habrá que aclarar que, desde un punto de vista filosófico, la opinión no es propiamente un saber, ni tampoco una ignorancia, sino “un modo particular de aserción” que se acercará más al saber cuanto más probables sean las razones en las que se apoya⁴⁰⁹. Por lo tanto, las personas deben dar razón de la propia opinión. Ferrater Mora explica en su diccionario de filosofía que se trata de

“(…) un fenómeno social que no se halla situado en el mismo plano del saber o de la certidumbre, sino que expresa más bien una forma especial de comportamiento. La ‘opinión pública’ es por esto más un modo de actuar que de pronunciarse sobre la realidad, aun cuando se trate de un actuar que implica su manifestación en ciertos pronunciamientos. Sin embargo, el pronunciamiento de esta opinión no se refiere, como el enunciado, a un objeto, sino que se refiere a la realidad misma que se pronuncia. Mientras la opinión individual es un acto intencional, la opinión pública es un estado y un modo de actuar, y ella misma se convierte, dentro de una investigación sociológica o histórico-filosófica, en objeto de cualquier posible opinión en el sentido primeramente mentado⁴¹⁰”.

La opinión pública es un modo de actuar porque, salvo en situaciones muy concretas, no se trata de un discurso que se elabora de manera organizada y concertada, sino de una manifestación que, de alguna u otra manera, mueve a la acción. Jürgen Habermas propone que la opinión pública sea entendida como una actitud o comportamiento que involucra a dos o más individuos. Llega un momento en el que la opinión pública alude a las actitudes de los ciudadanos acerca de un tema cuando son miembros del mismo grupo social: “Por lo tanto, el público era equiparado, como sujeto de la opinión pública, con mass, y luego con group, como sujeto sociopsicológico de un proceso de comunicación en interacción entre dos o más individuos⁴¹¹”.

Pero reflexionar sobre el concepto de opinión pública es también pensar en ideas (opinión), en comunicación (hacer saber esa idea o ideas) y en publicidad (que se haga pública). Si ya hemos planteado lo difícil que es entender el concepto hoy, este desglose del significado de cada uno de estos conceptos –opinión, comunicación y publicidad- ensombrece aún más la reflexión. Habermas en su *Historia y crítica de la opinión pública*, explica que

⁴⁰⁹ FERRATER MORA, J: *Diccionario de filosofía*. Editorial Alianza, Barcelona 1988. p. 2639.

⁴¹⁰ *Ibidem*. 2640.

⁴¹¹ HABERMAS, J: *Historia y crítica de la opinión pública*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1981, p. 266.

“Un concepto de opinión pública con sentido histórico, normativamente suficiente para las pretensiones del estado social, teóricamente claro y empíricamente ponderable, sólo puede conseguirse partiendo del cambio estructural de la publicidad misma y de la dimensión de su desarrollo⁴¹²”.

Esta afirmación nos lleva a pensar en los cambios del concepto de publicidad que han determinado a su vez el de opinión pública. ¿Se trata acaso de un concepto voluble y dependiente del ámbito de lo público y de sus características? Por una parte sí, por otra no. Sí, porque es un concepto polisémico tan “vivo” que se modifica conforme cambian los códigos de relaciones sociales, conforme cambian las sociedades. No, porque se trata de un concepto independiente de lo público, es una realidad social que tendrá ciertas especificaciones, más allá de las interpretaciones que de ella se haga. Son conceptos de difícil manejo por su contundencia y, sobre todo, porque al reflexionar sobre ellos se intenta ser juez y parte, en tanto se trata de ideas que manejamos a diario, implícitas en nuestros discursos, opiniones, incluso acciones y que, por lo mismo, se modifican junto con uno mismo, sin que necesariamente se llegue a considerar en el día a día que son objeto de estudio, o que deberían serlo. Y aunque es un concepto voluble, tampoco es indefinible ni escapa a cualquier análisis, dado que en todo caso somos capaces de manejarnos teóricamente de acuerdo a una idea de lo que es la opinión pública.

Platón en *La República* expone la existencia de algo intermedio entre la ignorancia y la ciencia, y explica que se trata de una facultad propia que nos hace capaces de juzgar sobre la apariencia⁴¹³. El juicio emitido sería la opinión, y una vez que se ha puesto en común se transforma en opinión pública, la que puede tener poder como voz de la sociedad civil ante discusiones amplias, elecciones, temas contingentes, etc.

La importancia de la opinión pública la elevó a sujeto de análisis sociológico y, sobre todo, a interlocutor obligado para la prensa. Para Habermas la opinión pública la componen ciudadanos que perciben los efectos de los sistemas en tanto son afectados por ellos y tienen la capacidad de traducir sus preocupaciones y expresarlas en ese espacio público construido lingüísticamente y en el que es posible encontrarse con libertad.

Con la información obtenida a través del trabajo profesional, los periodistas alimentan al público, el que a su vez sustenta y también alimenta a la prensa. Se produce así una relación de ida y vuelta entre información y opinión pública que las une irremediamente. La comunicación entre los ciudadanos produce un eco que tiene ciertas características y condiciones y que se desarrolla en el ámbito social. Una de estas condiciones es que se dé en

⁴¹² *Ibidem*, p. 269.

⁴¹³ PLATÓN: *La República*; Tr. José Manuel Pabón y Manuel Fernández Galiano, Instituto de Estudios políticos, Madrid, 1969, p. 166 y 167 (478 a).

un ámbito propicio para la palabra, y una de sus características es que este eco puede tener un efecto *boomerang*: permanece abierto a la interacción, a la comunicación que, a su vez, retroalimenta a la prensa después que éstos la producen.

La persona es comunicación en sí misma, es palabra, es acción puesta en común. “No es posible no comunicarse” es el primero de los cinco axiomas que propuso el teórico de la comunicación Paul Watzlawick. No sólo la palabra escrita, sino también el gesto, el tono de la voz, la actitud, en fin, todo en la persona comunica. Por eso no es extraño que a la opinión pública se le equipare con una actitud colectiva hecha pública, con una acción. La prensa se encuentra implicada en el proceso de generación de opinión pública en tanto media un espacio público en el que las personas se ponen en relación. Y es mediadora porque son quienes abastecen de materia prima (la información obtenida) a quienes se relacionan en el espacio público y generan la opinión pública.

En este sentido Adela Cortina se refiere al papel de los medios de comunicación como constructores de una realidad mediática⁴¹⁴. Dicha realidad es el escenario sobre el cual las interacciones producidas constituirán la opinión pública. Vale la pena aclarar que con lo dicho hasta ahora no se pretende afirmar que sea la prensa la que “crea” la opinión pública; lo que hace es contribuir al proceso de su gestación siendo transmisora y plataforma. Pero sólo esta tarea es de tanta relevancia para la vida en democracia que se puede identificar en ella una fuente de legitimidad del trabajo profesional de los periodistas. La prensa, a través del trabajo de sus profesionales, genera información o construcción mediática de realidad, e incluso se podría decir que produce una especie de provocación al público. Éste, a su vez, reacciona devolviendo a la prensa nueva información que ésta procesará nuevamente.

La participación de la prensa en la generación de opinión pública tiene, por tanto, carácter de imprescindible en las sociedades modernas, ya que se entiende que su participación en dicho proceso es necesaria para que el ciudadano pueda tener participación deliberativa en el espacio público. Ante esta constatación cabe preguntar: ¿de qué manera se participa hoy de ese espacio público? ¿Cómo incide esta participación en el trabajo del periodista?

Adela Cortina se refiere a la imprescindibilidad de la prensa para la vida en sociedades democráticas. Aludiendo también a la explicación de Alasdair MacIntyre sobre los bienes internos de cualquier práctica, dice que “los bienes internos de la actividad mediática son intentar generar una opinión pública madura y responsable sin la que no existe una

⁴¹⁴ CORTINA, A: “Ciudadanía activa en una sociedad mediática”, en Conill, Jesús y González, Vicent (Coord.): *Ética de los medios*, Gedisa, Barcelona, 2004, p. 18.

sociedad pluralista y democrática⁴¹⁵”: generar esa opinión pública madura y responsable da sentido y legitima a la prensa.

No creemos que la madurez y responsabilidad de la opinión pública sean parte del bien interno de la actividad periodística, aunque sí colaboran en su generación, es decir, son condición necesaria para que se genere pero no suficiente para que sea madura y responsable. El correcto trabajo de los periodistas y la prensa no asegura que la opinión pública sea responsable y madura. Que la opinión pública sea madura y responsable es tarea de los ciudadanos y no depende exclusivamente de que la prensa haga bien su trabajo. No se puede esperar que la prensa se haga cargo de la calidad de la opinión pública porque pertenece a los bienes internos de la actividad mediática provocarla; colaborarán en la medida que hagan bien la entrega informativa, con información de calidad y pertinente, asumiendo la responsabilidad que les cabe al asumir.

En este punto vale la pena mencionar el papel de la educación y de la familia en la exposición a los medios de comunicación, así como en la conciencia y responsabilidad de los propios individuos al respecto. Y esta importancia proviene precisamente de que la opinión pública es un proceso de deliberación sin el cual no hay democracia⁴¹⁶, y dicha deliberación, hoy en día, no se da sin la concurrencia, el arbitrio, la mediación, o al menos, la participación de la prensa. Dicho con Habermas, “el Estado moderno presupone como principio de su verdad la soberanía popular, y ésta, a su vez, tiene que estar encarnada en la opinión pública⁴¹⁷”.

PERSPECTIVA ÉTICA DE LA EMPRESA INFORMATIVA

Los medios de comunicación tienen una estructura empresarial que no se puede desconocer pero, a diferencia de otras empresas, no son, o mejor dicho no pueden ser sólo un negocio rentable. Esta premisa genera tensiones dentro de los medios, las que a su vez producen conflictos éticos. En palabras de Hugo Aznar, las implicaciones de las estructuras comunicativas no sólo se derivan del comportamiento ético de los periodistas⁴¹⁸. La relación que se intenta describir entre mundo económico y mundo mediático puede tener diferentes aristas que vale la pena distinguir: por una parte, existe el riesgo de que el mercado empape

⁴¹⁵ *Ibidem.* p. 20.

⁴¹⁶ *Ibidem.* p. 21.

⁴¹⁷ HABERMAS, J: *Op.cit.*, p. 262.

⁴¹⁸ AZNAR, H: “Por una teoría normativa de la comunicación a la altura de los tiempos: ¿más derecho, más política, más ética? (A propósito de la publicación de *La agonía del cuarto poder* de Carlos Ruiz)”, en *Dilemata*, año 2 (2010), N. 3, 77-94. p.70.

de sus formas de operar las formas propias del medio⁴¹⁹ y, por otra, la constatación de que, efectivamente, los medios de comunicación son empresas que, aunque funcionan en muchos aspectos como tales, en otros debieran mantener fidelidad a los intereses informativos por encima de los empresariales.

Mientras los periodistas buscan –al menos debieran hacerlo- la satisfacción de un bien particular que determina la vida en las sociedades democráticas (la información), los medios se han configurado como empresas cuyos propietarios pueden ser los Estados, inversores privados, grupos empresariales o universidades. Pero al margen de quién sea el propietario, las empresas informativas tienen determinadas particularidades que no se pueden desconocer y que provienen precisamente del tipo de “producto” que fabrican y del “servicio” que ofrecen.

En ocasiones los profesionales de la información pierden de vista el objetivo de su trabajo. O al menos esta sensación se desprende de algunas opiniones⁴²⁰ que se suelen escuchar respecto del trabajo de los periodistas, de su excesiva dependencia de las ventas, *rating* o puntos de audiencia, de la excesiva supeditación a los criterios de la “empresa” y de los requerimientos del empresario o de los anunciantes. Da la sensación que se pierde de vista el fin del trabajo profesional y que es reemplazado por otros fines. Y aunque desde siempre los medios han sido concebidos como empresas en el marco de la libre competencia, no puede considerarse una más de ellas por las particularidades a las que hacíamos alusión.

Así, por ejemplo, las nociones de espacio y de tiempo en los medios de comunicación son muy diferentes al del resto de las empresas, ya que el trabajo mediático exige rapidez e inmediatez. Los constantes cambios tecnológicos también determinan de manera directa la forma de trabajar. Del mismo modo, por el hecho de trabajar con ideas y hechos, la incidencia de las transformaciones sociales en los servicios y productos de los medios en tanto empresas también es mayor. Y los cambios en el entorno económico tampoco les son ajenos.

Después de la crisis económica de 1993 se desarrolló un periodo de recuperación en el cual la importancia de los servicios, del conocimiento, de la información, de los contenidos, de la innovación tecnológica y de la investigación reemplazó la atención por el capital físico. Ese nuevo escenario, que fue llamado nueva economía⁴²¹, fue caldo de cultivo para el desarrollo de los medios de comunicación tecnológicos: la explosión de Internet, su

⁴¹⁹ Denis McQuail es claro cuando dice que el mercado no puede determinar los contenidos porque desconoce los parámetros de calidad. Ver: McQuail, Denis: *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, Editorial Paidós, Barcelona, 2000.

⁴²⁰ Por mencionar un ejemplo reciente, según el último Barómetro de opinión del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) del mes de febrero de 2013, los periodistas son los profesionales peor valorados de la sociedad española en relación a la confianza que generan, mientras que, los médicos y los profesores son los mejor valorados por los españoles. Ver: <http://www.cis.es/cis/opencms/ES/index.html>

⁴²¹ Cfr. REIG, R: *El periodista en la telaraña. Nueva economía, comunicación, periodismo, públicos*, Anthropos, Barcelona, 2007, p. 15 y 16.

masificación, el desarrollo de redes sociales, *blogs*, etc. En un contexto como el descrito, en el que los intangibles, los servicios, la información, tienen un papel central, no es de extrañar que los medios de comunicación como empresas adquieran un protagonismo inusitado. No obstante, lo “nuevo” no es la economía, que sigue siendo la misma (un mercado que gobierna en base a la oferta y la demanda), sino ciertos entornos que propiciaron el desarrollo de una nueva forma de negocio para la prensa en medio de la era digital.

Hay quienes afirman que, revisando los valores existentes desde el surgimiento del capitalismo, se puede confirmar que “es la acumulación económica de índole privada la que convierte al planeta en un enorme mercado acumulador⁴²²”. Y la explicación sería que las concentraciones de poder derivadas de las relaciones mercantiles se traducen a su vez en relaciones asimétricas “que dominan la cultura, la democracia y, por supuesto, a los medios⁴²³”. Al afirmar que “En el entorno socioeconómico observamos una clarísima predominancia de la economía de mercado como único sistema que hoy (...) define nuestro mundo⁴²⁴”, no se pretende “demonizar” el mercado o la libre competencia en sí mismos. Más bien se trata de reflexionar críticamente sobre cuál es el lugar que a éste le corresponde en la organización social y en el campo de las relaciones humanas, puesto que el riesgo es que ámbitos decisivos de la vida en sociedad queden dominados por la lógica del interés privado: las consecuencias de eso para la prensa y la democracia son muy graves. La incidencia del espíritu del capitalismo en todos los ámbitos de la vida de las personas y lo dañino que esto puede ser y de hecho es quedó meridianamente claro tras la crisis financiera del año 2010, cuyas consecuencias se siguen viviendo.

En tanto empresa, la prensa se enfrenta a dos particularidades que definen bastante el tipo de conflictos éticos que enfrenta. La primera es que tiene dos tipos de clientes, y la segunda, el tipo de producto que ofrece. Los clientes de la empresa informativa son los anunciantes que pagan por poner su publicidad, y el público, que manifiesta su preferencia comprando determinado periódico o sintonizando determinado programa y canal de radio y/o TV, o visitando un sitio de Internet. Estos dos “clientes” se interrelacionan, ya que los anunciantes quieren poner su dinero ahí donde hay más audiencia, por lo tanto, al comprar determinado periódico estamos haciendo que la publicidad se fije en él. Y, por otra parte, la información y la publicidad son segmentadas y orientadas de acuerdo a los diferentes intereses según edad, sexo, grupo socioeconómico, etc., de quienes leen, ven y /o escuchan determinado medio, que además varían de un lugar a otro.

Es ingenuo desconocer la influencia de los anunciantes en los contenidos de los medios; existe una presión (directa o indirecta) de éstos sobre los profesionales y empresas de

⁴²² *Ibidem.* p. 24.

⁴²³ *Ídem.*

⁴²⁴ *Ibidem.* p. 13.

la información. Y lamentablemente quienes desde la gerencia se hacen cargo de la administración de los medios parecen ignorar esa tarea primordial que realizan los profesionales de la información de estar al servicio del derecho a la información antes que al servicio de intereses económicos.

Que existan dos “clientes” desde el punto de vista empresarial –el público (quien dota de legitimidad al delegar dos facultades de su derecho a estar informado) y los anunciantes (quienes financian el proyecto que satisface ese derecho)- no puede hacer olvidar que la prensa se originó para satisfacer la necesidad de información de los ciudadanos. De alguna manera, los anunciantes aprovechan la necesidad de financiación, pero eso no puede distorsionar la relación de primacía de los ciudadanos por encima de los anunciantes. Dicha primacía debiera traducirse, a su vez, en priorizar la calidad de la información más allá de la publicación de información que “atraiga” anunciantes. La existencia de televisiones públicas que viven sin financiación publicitaria y entregan información y programas de calidad refuerza esta idea⁴²⁵.

No desconocemos que, sin dinero la prensa no puede sobrevivir, pero desde la perspectiva de la legitimidad de su función, la primacía del ciudadano es clara: la prensa busca sobrevivir y ser rentable para seguir satisfaciendo el derecho a estar informado, no para hacer más rico a nadie, ni al dueño del medio ni a quien anuncia sus productos en él.

La relación con la publicidad no está exenta de dificultades. Una de ellas se produce porque la asignación de espacios para los anuncios publicitarios plantea conflictos éticos: que el porcentaje de espacio para anuncios no exceda el otorgado a las propias informaciones, o que no sea el departamento comercial el que determine los contenidos informativos⁴²⁶. Asimismo sería deseable cuestionar la relación entre anuncio y programa o artículo, ya que, por ejemplo, no es coherente, y atenta contra la credibilidad informativa, que una marca de cigarrillos financie un reportaje sobre el cáncer de pulmón. Situaciones como las antes mencionadas suceden porque habitualmente grandes imperios mediáticos tienen diferentes tipos de medios –un periódico serio y otro cuyo principal tema son los noviazgos de artistas y príncipes, o uno conservador y otro populista⁴²⁷, etc.-, como manera de “satisfacer todo tipo

⁴²⁵ La coexistencia de televisión pública y televisión comercial es un rasgo del sistema de medios que puede plantear desafíos e interesantes debates como el que existe hoy en España a propósito de la crisis que vive Televisión española desde que dejó de percibir ingresos vía publicidad. El desafío de una televisión pública independiente y que se autofinancie es un gran tema, pero también se plantea el debate sobre la publicidad y los medios en general, más allá de si se trata de televisiones o de si éstas son públicas o privadas. Los medios de comunicación tienen una misión de servicio público desde su origen y definitivamente deben plantearse qué criterios éticos congruentes con la línea editorial son los que orientarán también la selección de la publicidad.

⁴²⁶ Es lo que sucede cuando, por ejemplo, en algunos telediarios presentan como la principal información el estreno de una película, sin aclarar si se anuncia porque hay una crítica de cine detrás que la avala o porque, en realidad, hay un pacto publicitario con el medio.

⁴²⁷ REIG, R: Op.cit, p. 10.

de demandas” y así responder a las diferentes “necesidades del consumidor” y cubrir variados segmentos publicitarios.

Siguiendo esa lógica no es difícil desinformar o entregar “productos” de poca calidad u ofrecer programación homogenizada. Así se explican afirmaciones como la de Ramón Reig: “El periodismo, llamado a salvaguardar la democracia, está causando una desinformación y un daño muy grande a la propia democracia, al insistir en mensajes que no suelen ampliar los horizontes cognitivos del ciudadano⁴²⁸”.

La ética de la empresa se ocupa de las condiciones de posibilidad de la credibilidad de la empresa ante la sociedad. La credibilidad se transforma en confianza y ésta en puntos de audiencia, número de visitas, de radioyentes o de periódicos vendidos, he ahí la relación entre ética y negocio, empresarialmente hablando. Se trata también de gestión ética de la confianza basada en el conocimiento, con el objetivo de renovar y fortalecer el compromiso con el público para hacer vigente el “contrato” que los empresarios y dueños de medios son los encargados de gestionar. Sin la confianza como recurso moral no pueden funcionar las interacciones sociales ni las instituciones en las que se apoyan⁴²⁹, además de que sin confianza no hay inversión ni negocio.

La segunda particularidad de los medios en su dimensión como empresa es el tipo de producto que ofrece, la información. Reig advierte que la transformación de la información en una mercancía se ha producido por la inversión de los términos tradicionales de la dinámica económica. Anteriormente, ante una necesidad se desarrollaba la demanda que instaba a la producción y, finalmente, al consumo. Ahora, la producción genera la demanda que deriva en el consumo⁴³⁰. En el caso de la prensa, esto significa renunciar a satisfacer el derecho a estar informado para buscar qué “producto” ofrecer y así generar determinada demanda. Esto se da en un contexto en el que el periodismo pasó de oficio a profesión para luego convertirse en sector económico⁴³¹, diluyéndose las nociones de profesión y calidad.

La lógica de transformar toda relación a la lógica del mercado conduce a su vez a la “libre competencia”. Pero la libre competencia entre medios de comunicación no conduce necesariamente a mejorar la calidad de sus contenidos: su pluralidad (de fuentes, de posturas, de ideas, etc.), su heterogeneidad en cuanto a géneros (entretenimiento de diverso tipo, información, cultura, etc.), también está determinada por el tipo de dirección que den los empresarios de la comunicación. La competencia es por aumentar las partidas de anunciantes,

⁴²⁸ Ídem.

⁴²⁹ GARCÍA- MARZÁ, D: “La responsabilidad moral de las empresas de comunicación”, en CORTINA, A (Ed): *Construir confianza*, Trotta, Madrid, 2003, p.195.

⁴³⁰ REIG, R: Op.cit. p. 18.

⁴³¹ *Ibidem*. p. 74.

lo que tiene unas implicaciones éticas ya que, como hemos dicho, está en juego un bien fundamental para la democracia y un derecho humano.

Con acierto lo explicaban Vicent González y J. Félix Lozano al decir que la lógica de máximos beneficios mercantiles con los mínimos costes en las empresas TIC (en las cuales, según los autores, la deontología se revela a través de acciones individuales casi heroicas) tiene no sólo un coste socio-moral (la postergación de los valores sociales y morales ligados al profesionalismo autónomo), sino que también acarrea costes técnicos y en la calidad: menos información de elaboración propia y mayor uniformidad en todos los medios⁴³². Este diagnóstico los lleva a vaticinar producto de la pérdida de autonomía, la muerte del periodista y el triunfo del trabajador de la comunicación: se autocensura o sin más “acepta la censura estructural como efecto de la estructura mercantil de la captura de la primicia⁴³³”.

Marc Carrillo afirma que, dado que el periodismo es una actividad impregnada de un interés público con independencia de quien la ejerza –empresa pública o privada-, la información no puede ser considerada como mercancía. Lo correcto es considerarla una síntesis de tres elementos: el intelectual, el económico y el técnico⁴³⁴. Por otra parte, convertir la información en mercancía tiene repercusiones en las relaciones de poder al interior de los medios. Adela Cortina, por ejemplo, percibe en la concentración de poder un problema y propone como solución multiplicar los centros de poder⁴³⁵. No obstante, antes la reflexión debiera ser quiénes tienen el poder, por qué, cómo lo han adquirido, qué hacen con él y en qué medida éste legitima su propio ejercicio, ya que la mera multiplicación de los centros de poder sin reflexión previa puede traducirse en multiplicación de malas prácticas sin más. Lamentablemente se acusa al periodista de que ni él mismo es capaz de darse cuenta de que la información no puede ni debe ser tratada como cualquier mercancía. Reig afirma con dureza:

“(...) con muy episódicas excepciones, el periodista precario, que puede ser despedido sin coste alguno en la próxima renovación de su contrato, es por definición un periodista sumiso, dispuesto a enfocar la información como se le sugiera u ordene, y que, con un natural instinto de autodefensa, antepone el mantenimiento de su nómina a la función social de informar con libertad, o menos épicamente la de informar con el rigor que sólo alcanza con un tiempo razonable para la elaboración de la noticia⁴³⁶”.

⁴³² GONZÁLEZ, V. y LOZANO, J.F: Op.cit. p. 60.

⁴³³ *Ibidem.* p. 62.

⁴³⁴ CARRILLO, M: “La cláusula de conciencia de los periodistas en la Constitución española de 1978”, en *Revista de Estudios políticos* (Nueva Época) Nº 49, Enero-Febrero 1986, p. 169.

⁴³⁵ CORTINA, A: “Ciudadanía activa en una sociedad mediática”, Op.cit. p. 24.

⁴³⁶ REIG, R: Op.cit, p. 76.

Como dice Reig, la pasividad de los periodistas ante estas situaciones es sostenida por unas malas condiciones laborales: falta de independencia y subempleo, malos salarios, y un largo etcétera que no corresponde detallar aquí. Se podrá decir que son tantos los profesionales mal remunerados, que prestar atención especial a los periodistas sería un privilegio injustificado. Estamos de acuerdo, pero en este caso las deficientes remuneraciones de los profesionales de la información, su necesidad de “resguardar” un puesto de trabajo, puede convertirlos en esclavos de la empresa en lugar de profesionales independientes y autónomos, y eso, repetimos, tiene consecuencias para la salud de la vida en democracia. Esto, no obstante, no exculpa a los periodistas de la falta de reflexión y autocrítica que también ha contribuido a la actual situación.

La falta de autocrítica y la “normalización” de malas prácticas hace a los periodistas cómplices de la transformación de la información -bien de servicio público- en mercancía, es decir, en producto que se somete a las leyes del mercado y de la competencia. En este contexto sería deseable que la ciudadanía fuese el mejor censor de la empresa y de la labor de los profesionales de la información, además de las asociaciones de profesionales apoyados todos de un marco jurídico que responda a las nuevas necesidades de los medios de comunicación en las sociedades modernas.

Las exigencias éticas para el profesional de la información habitualmente se enmarcan en ciertas normas, que sin lugar a dudas son de gran valor. Pero la situación actual exige que tanto los profesionales como los directivos de la empresa informativa lleven a cabo una reflexión ética de aquello que fundamenta la existencia de la prensa y que debe regular su funcionamiento, y que la transgresión a las normas éticas de la profesión tenga consecuencias jurídicas.

La estructura empresarial ha puesto en evidencia ciertas dificultades que se ven insalvables de no hacer cambios de raíz. Ello ha conducido a las discusiones sobre las diferentes alternativas de regulación. Pero en esta discusión hay ausencia de protagonismo de los ciudadanos y de la empresa y sus directivos. El profesional está desvalorado y se lo trata como una persona sometida a las indicaciones de un empresario que busca aumentar sus arcas, sin conciencia de lo que significa hacer bien su trabajo, ni de las consecuencias que eso tiene respecto del compromiso con la verdad, entendida al menos pragmáticamente.

De todo esto se desprende que la prensa –periodistas, editores, administradores y directivos de medios- debe preocuparse de que la información no sea tratada como mercancía⁴³⁷. Cuando se trata de mercancía la calidad no importa porque sólo interesa la

⁴³⁷ Para ver una explicación de por qué los medios no deberían preocuparse de que se trate la información como mercancía Cfr. CEBRIÁN, J.L: “Los valores de la empresa informativa”, en CORTINA, A (Ed): *Construir confianza*, Trotta, Madrid, 2003, p. 160.

satisfacción de una demanda de compra, la transacción en sí misma. El producto en tanto cosa terminada tiene una calidad objetiva, pero el servicio redundante en la confianza, en la fidelidad.

Carácter moral de la empresa informativa: La ética empresarial

Hugo Aznar nos recuerda que no es intrínsecamente inmoral que los medios sean empresas, el tema de interés es el conflicto entre exigencias éticas y empresariales⁴³⁸. Y dicho conflicto viene dado principalmente porque en ocasiones se produce un choque de “intereses” entre los de la empresa y el objetivo final del trabajo de la prensa, satisfacer el derecho a la información de los ciudadanos. Dicho de otra forma, se produce un conflicto entre el deber de dar a conocer la información que los ciudadanos requieren y la necesidad de tener suficientes anunciantes o beneficios económicos, es un conflicto entre un deber y una necesidad. Asumiendo que se trata de empresas, en palabras de Domingo García Marzá⁴³⁹, en los medios se dan posiciones asimétricas de poder, pero también tienen recursos morales sin los cuales no se explica su dimensión ética. Y en este sentido vale la pena preguntarse si un medio puede ser un negocio rentable a la vez que responder a aquello que se le ha encomendado.

Se espera que, por el hecho de configurarse como empresas, los medios de comunicación sean independientes de poderes políticos y otros poderes económicos. Del mismo modo, la exigencia de supervivencia a través de la competencia planteada por la dinámica del mercado, aseguraría el pluralismo. No obstante, esta misma estructura hace peligrar la independencia del profesional de la información al verse sometido a la dinámica del mercado que desconoce las peculiaridades de su trabajo –o, si las conoce, no siempre le importan⁴⁴⁰–, además de que, como hemos dicho, no contribuye necesariamente al pluralismo y a la diversidad de contenidos. Tal vez la sumisión total al modelo de mercado que imponen las empresas no permite o no facilita un ejercicio independiente y autónomo de la

⁴³⁸ AZNAR, H: *Comunicación responsable. La autorregulación de los medios*, Ariel, Barcelona, 2005, p. 71.

⁴³⁹ GARCÍA- MARZÁ, D: *Ética empresarial. Del diálogo a la confianza*. Trotta, Barcelona, 2004, p. 41.

⁴⁴⁰ El carácter empresarial ha puesto en evidencia el riesgo de que muera el periodismo de investigación, dado que el formato obliga a condensar en poco tiempo y espacio, días, semanas o meses de trabajo. De esta forma, el periodismo de investigación de género periodístico pasa a ser género literario, porque el periodista que quiera dar cuenta de la profundidad de su trabajo en el espacio que la información requiere probablemente tendrá que escribir un libro al no contar con espacio suficiente en los medios para publicar periodismo en profundidad. Se puede producir el riesgo de que la venta de novelas se transforme en una mejor vía de publicar investigaciones o ganarse la vida, dada la falta de subvención para la investigación en profundidad.

profesión⁴⁴¹, eso sin contar los efectos que dicho modelo y la concentración de propiedad típica de los medios de comunicación actuales⁴⁴² producen en el pluralismo informativo.

Desde la economía se define la empresa como una institución caracterizada por el uso racional de los recursos escasos; desde la sociología es considerada más bien como un conjunto de roles sociales, de relaciones sociales formalizadas y jerarquizadas que persiguen un fin, la satisfacción de una necesidad social. Domingo García Marzá puntualiza que ninguna de las dos definiciones habla de relaciones y decisiones y de su justicia, y por esto plantea la necesidad de ampliar el concepto de empresa, incorporando otros intereses además de la gestión de la calidad, de la responsabilidad ecológica y de los clientes⁴⁴³. Destaca que la empresa, cualquier empresa, tiene una dimensión moral porque tiene un espacio de libertad y, por tanto, de responsabilidad⁴⁴⁴:

“El objetivo de la ética empresarial no es otro que la conversión de las razones morales en motivos para actuar y, por lo tanto, la configuración de decisiones, prácticas y diseños institucionales que respondan a este tipo de razones. En definitiva, que merezcan el calificativo de buenas o moralmente justas⁴⁴⁵”.

En una línea similar, considerando el carácter moral de la empresa, Carlos Ruiz se refiere concretamente a los medios de comunicación como empresas socio-económicas⁴⁴⁶, a las que define como empresas que deben anteponer su función social a su carácter económico. Los medios de comunicación son además una empresa ideológica, es decir, entre sus objetivos figura la promoción y defensa de determinadas ideas, aunque vale la pena recordar que no es su único objetivo, ya que de forma más o menos preponderante hay interés por obtención de lucro. Y la prestación laboral periodística es ideológica también, aunque no todas las prestaciones laborales que se hacen dentro de esta empresa tienen esa condición.

Que el medio de comunicación esté promovido por determinadas ideas –línea editorial- no es perjudicial para su rol social, siempre y cuando diga abiertamente cuáles son esas ideas y que no se tiña con ellas la información que se entrega, ya que existe el riesgo de que la empresa informativa intente “ideologizar” (ahora en el sentido tergiversador del término), adoctrinando. En este contexto podemos decir que la tensión entre empresa y

⁴⁴¹ GONZÁLVEZ, V. y LOZANO, J.F: Op.cit. p. 56.

⁴⁴² No sólo hay monopolio en la propiedad de medios sino que “monopolio de ideas”; los dueños de agencias de información lo son de editoriales, las editoriales, tienen medios, los medios publican lo que informan las agencias, etc. Y así unos pocos son dueños de las ideas.

⁴⁴³ GARCÍA- MARZÁ, D: Ética empresarial. Del diálogo a la confianza. Op.cit. p. 150 y 151.

⁴⁴⁴ Ibídem. p. 153.

⁴⁴⁵ Ibídem. pp. 229-244.

⁴⁴⁶ RUIZ, C: *La teoría liberal sobre la libertad de prensa*, tesis doctoral presentada en la Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna, Universitat Ramon Llull, Barcelona, 2006, p. 420.

periodista surge porque un profesional liberal, es decir, uno que trabaja con ideas y que hace un trabajo intelectual y creativo a la hora de dar a conocer esas ideas, da una prestación laboral ideológica a una empresa que funciona como tal y que tiene a su vez sus propias ideas plasmadas en su línea editorial. En esta situación se produce un inevitable enfrentamiento de intereses.

Habitualmente los periodistas de las redacciones se quejan de que el gerente o director ignora las tareas propias de la sala de redacción; se habla de un muro que divide gerencia y redacción en cualquier medio. Y en muchas ocasiones son las propias legislaciones las que potencian esa división al responsabilizar legalmente al periodista que firma la información publicada, desconociendo que hay un equipo humano y una estructura empresarial detrás que suelen tener bastante –en ocasiones demasiada– ingerencia en los contenidos publicados.

La independencia del profesional se enfrenta a la necesidad de financiación de los medios, porque dicha necesidad puede convertir al medio de comunicación en una empresa comercial que *vende noticias* y que, al perseguir sólo la máxima ganancia, convierte el “criterio financiero” en “criterio informativo”, desde el momento en que trabaja con preferencia aquellos contenidos que le aseguren mayores ventas⁴⁴⁷”. Las gerencias tienen que considerar que, así como toda decisión empresarial tiene un valor moral, las decisiones morales también tienen un valor económico⁴⁴⁸, o mejor dicho, las decisiones morales tienen consecuencias que se pueden traducir en buenos resultados económicos. Por otra parte, el valor de las profesiones, en este caso del periodismo, no se agota en la idea de maximización del beneficio. “Sin embargo, y a diferencia de otras profesiones, en el universo periodístico el orden normativo parece ser mucho más débil que el plano utilitario⁴⁴⁹”.

Aunque parezca de perogrullo, es indispensable una ética empresarial pensada desde, en y para la prensa para no hacer recaer toda la responsabilidad ética en el profesional sino también en la empresa, en la cuota que le corresponde, que es mucha. Para ello hace falta dejar de pensar que la ética en la empresa es cosmética, como denuncia García Marzá; antes bien hay que verla como un valiosísimo capital de esos intangibles que tanto gustan a la nueva economía, sin olvidar a su vez que se trata de una función democratizadora y que, además, nos remite a trabajar un marco de responsabilidad. Como bien dice Amartya Sen, una buena ética empresarial juega un papel sustancial en el éxito económico de la empresa⁴⁵⁰, sobre todo en el caso de los medios porque son organizaciones que juegan un rol en las sociedades democráticas que no puede ser equiparable al de la mera generación de riqueza.

⁴⁴⁷ REIG, R: Op.cit. p. 77.

⁴⁴⁸ Ibídem. p. 20.

⁴⁴⁹ VELAYOS, C (ed.): Op.cit. p. 75.

⁴⁵⁰ AMARTYA, S: “Ética de la empresa y desarrollo económico”, en CORTINA, A (Ed.): *Construir confianza*, Trotta, Madrid, 2003, p. 39.

Esto también significa asumir que quienes tienen responsabilidad moral en la empresa no son sólo los periodistas, sino todos. García Marzá utiliza la imagen del acuerdo entre quienes participan en la empresa. Al preguntarse por el sujeto de la responsabilidad moral en el caso de las instituciones, afirma que ésta remite al posible acuerdo voluntario de todos aquellos actores que interactúan en la empresa, que afectan o son afectados por el comportamiento de ella, es decir, un consenso como los que busca la ética discursiva. La libre aceptación del consenso es lo que define a la empresa como parte de la sociedad civil: este libre acuerdo remite a la figura del contrato moral, que no se reduce a los derechos de una de las partes, sino que incluye también los deberes y obligaciones que la expectativa recíproca tiene, y en este sentido la confianza radica en que esos derechos y obligaciones se cumplan⁴⁵¹. La existencia explícita de una ética empresarial de los medios depende como institución moral de la conciencia de los compromisos adquiridos frente a la sociedad.

Como construcción social que es, la empresa no tiene existencia, no tiene sentido, independientemente de las personas y de los grupos que la componen: su realidad depende de lo que los grupos de personas esperan de ella⁴⁵². El problema viene dado por la presencia de diferentes intereses (algunos informativos, otros extra informativos) al interior de la empresa mediática, relaciones de dependencia, relaciones asimétricas de poder⁴⁵³ y, por ende, de acceso a la información y al conocimiento. Por ello resulta indispensable que el concepto de empresa informativa considere un marco de autonomía e independencia de los profesionales de la información y que se configure como un proyecto empresarial que asuma la ética propia de la profesión periodística.

La responsabilidad social y la empresa informativa

Para hacer un análisis de los medios de comunicación como empresa, García Marzá propone “explicitar desde dónde se construyen las razones que subyacen a la confianza o desconfianza de los diferentes implicados⁴⁵⁴”, con el objeto de mostrar las condiciones del sentido de la praxis empresarial que, a su vez, remiten a los presupuestos que mantienen la credibilidad o legitimidad de las actividades empresariales. No obstante, la prensa debe ir más allá de la mera credibilidad o legitimidad en tanto empresa. El mismo García Marzá reconoce que

⁴⁵¹ GARCÍA- MARZÁ, D: “La responsabilidad moral de las empresas de comunicación”, Op.cit. p. 203.

⁴⁵² VELAYOS, C (ed.): Op.cit. p. 147.

⁴⁵³ Nos referimos a las relaciones que se dan entre los diferentes actores del proceso informativo. Manuel Castells explica acertadamente que los medios no son los titulares del poder, sino que constituyen el espacio donde el poder se decide. Cfr. CASTELLS, M: “Communication, power and counter-power in the Network society”, en *International Journal of Communication* 1 (2007), 238-266.

⁴⁵⁴ GARCÍA- MARZÁ, D: “La responsabilidad moral de las empresas de comunicación”, Op.cit. p. 201.

existen empresas periodísticas que, obteniendo grandes beneficios y siendo respetuosas de las leyes empresariales, generan recelo y desconfianza en el público por la calidad de su trabajo.

La responsabilidad moral de la empresa se define por las cláusulas del contrato moral que hay entre empresa y sociedad, dado que se pueden extraer las razones para la respuesta social de la empresa de los beneficios que la sociedad espera de ella⁴⁵⁵. Y, como se verá a continuación, los términos de ese contrato moral no pueden reducirse a los beneficios económicos o a la responsabilidad legal. Dice Adela Cortina que las organizaciones son agentes morales porque tienen la libertad para forjarse un carácter u otro. Y aunque en estricto rigor esa libertad es de quienes forman parte de la organización, Cortina explica que las decisiones que toman las personas en tanto miembros de determinada organización no se les imputa a las personas de forma individual, sino como miembros de la organización, y por eso se dice que también ella es responsable⁴⁵⁶. Josep Maria Lozano menciona que es necesario aprender a hablar de la responsabilidad a partir de una valoración del lugar que ocupa la empresa en la sociedad y desde las relaciones interpersonales⁴⁵⁷.

El reconocimiento de esa responsabilidad es lo que nos conduce a la ética empresarial. La ética de la empresa da razón de los presupuestos morales que conforman y legitiman la empresa, su razón de ser ante la sociedad, su pretensión de validez o justicia. En palabras de Domingo García Marzá, la ética de la empresa se ocupa de gestionar la confianza –uno de los recursos morales con los que cuenta⁴⁵⁸- depositada en ella, dado que “Una ética empresarial tiene como objetivo básico la explicitación, justificación y aplicación de recursos morales en la empresa⁴⁵⁹”.

La historia de la evolución de la ética de la empresa no es tema que abordaremos aquí⁴⁶⁰, pero sí quisiéramos remarcar la idea de que, además de irrenunciable –para hacerlo tendría que renunciar al poder que ostenta-, le puede traer beneficios. Por tanto, asumir que las empresas deberían guiarse estratégica y moralmente al mismo tiempo, no será sólo una opción que traerá costos a la empresa.

En el intento por definir la responsabilidad de la empresa ante la sociedad topamos con la Responsabilidad social empresarial. Y aunque para muchos no sea más que una táctica

⁴⁵⁵ *Ibidem.* p. 203.

⁴⁵⁶ CORTINA, A: “Las tres edades de la ética empresarial”, *Op.cit.* p. 18.

⁴⁵⁷ Cfr. LOZANO, J.M: *La empresa ciudadana como empresa responsable y sostenible*, Editorial Trotta, Madrid, 2009.

⁴⁵⁸ García Marzá define los recursos morales como todas aquellas disposiciones y capacidades que nos conducen al entendimiento mutuo, al diálogo y al acuerdo como mecanismos básicos para la satisfacción de intereses y para la resolución consensual de los conflictos de acción. Para profundizar en el desarrollo de los recursos morales de la empresa Ver: GARCÍA MARZÁ, D: *Ética empresarial. Del Diálogo a la confianza*, Trotta, Barcelona, 2004, p. 22 y p. 47.

⁴⁵⁹ GARCÍA MARZÁ, D: *Ética empresarial. Del Diálogo a la confianza.* *Op.cit.* p. 22.

⁴⁶⁰ Ver: LOZANO, J.M: *La empresa ciudadana como empresa responsable y sostenible*, Editorial Trotta, Madrid, 2009; GONZÁLEZ, E: *La responsabilidad moral de la empresa: Una revisión de la teoría de stakeholder desde la ética discursiva.* Tesis doctoral, Universitat Jaume I, Noviembre 2004.

de *marketing*, es el resultado de un intenso y largo debate que comenzó en la década del '70 y que buscaba definir la responsabilidad de la empresa más allá de las consecuencias de las acciones, sino también a partir de la anticipación que la toma de decisión requeriría⁴⁶¹. Podría decirse que aún no ha acabado el debate, dado que no se ha llegado a una única definición. No obstante, la mayoría de las definiciones de la Responsabilidad social empresarial (RSE) entienden este concepto como la integración voluntaria de las preocupaciones sociales y medioambientales en las operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores⁴⁶².

A la hora de intentar definirla se entremezcla todo lo que involucra tanto el concepto de responsabilidad, como el de social y el de empresarial y, a juicio de Josep Maria Lozano, el carácter "social" del concepto queda un tanto desdibujado al ser en ocasiones reducido a las relaciones sociales o en sociedad que tiene la empresa, olvidando que el hecho de que sea social debiera conducirnos al plano de la justicia social.

Se plantea el desafío de decidir quiénes son los interlocutores y cómo se debe responder, intentando dar respuesta a las preguntas ante quién, de qué, por qué y cómo responder. Quedan así definidos los tres grandes temas que involucra la ética de la empresa: a) su responsabilidad y cómo definirla, b) la identificación de los interlocutores válidos y ante los que responder y responsabilizarse (no siempre será sólo ante los interlocutores o los afectados) y c) cómo responder.

La imprecisión o amplitud de conceptos como *stakeholders* y *accountability* ha hecho que hasta hoy se utilicen en inglés sin dar con un equivalente en castellano que parezca adecuado para capturar la riqueza de sus definiciones⁴⁶³. No obstante, a partir de ahora nos referiremos a *stakeholders* como grupos de interés, y a *accountability* como rendición pública de cuentas. Pese a no ser una traducción desde el inglés, al hablar de grupos de interés se están considerando las nociones de afectado, de afectar y que se trata de grupos de personas, en tanto rendición de cuentas asume que hay una cuenta que rendir, una respuesta que dar, aspecto central del *accountability*.

Otra definición que ha adquirido protagonismo en la relación entre empresa y sociedad es la de sostenibilidad. Lozano la distingue del concepto de RSE: mientras ésta parte de una consideración de la empresa como actores individuales y se plantea el impacto de sus actuaciones tanto a nivel social como a nivel medioambiental, la sostenibilidad parte de un discurso global y desde un análisis de un entorno tanto global como local. La RSE depende de condiciones de vida, de lugares históricos y geográficos, de circunstancias sociales,

⁴⁶¹ LOZANO, J.M: Op.cit. p. 24.

⁴⁶² Ibidem. p.90.

⁴⁶³ Ver: LOZANO, J.M: *La empresa ciudadana como empresa responsable y sostenible*, Editorial Trotta, Madrid, 2009; GARCÍA MARZÁ, D: *Ética empresarial. Del diálogo a la confianza*. Trotta, Barcelona, 2004; GONZÁLEZ, E: *La responsabilidad moral de la empresa: Una revisión de la teoría de stakeholder desde la ética discursiva*. Tesis doctoral, Universitat Jaume I, Noviembre 2004.

económicas y políticas, e involucra las obligaciones con los grupos de interés. Aunque el concepto de sostenibilidad nace de la gestión de recursos naturales, no se debe equiparar con atención al medio ambiente⁴⁶⁴. La sostenibilidad significa desarrollo sin comprometer los intereses de generaciones futuras, es decir, implica preocupación por la justicia tanto intra como intergeneracional⁴⁶⁵.

Si aunamos la responsabilidad social de la empresa con que ésta sea sostenible en este sentido—no sólo que “se sostenga”-, respondemos socialmente porque es un acto de justicia, y esa respuesta tiene que considerar tanto que vivimos en un mundo cuyos recursos se pueden agotar, como que también se ha pensar en quienes vendrán luego, más allá de “nuestros hijos”⁴⁶⁶. Esta idea de justicia intergeneracional es clave porque en el mundo globalizado de hoy resulta imposible, aun si nos referimos sólo a resultados económicos, conformarse con una respuesta a nivel local. Muchas empresas operan en un lugar, producen en otro y venden en un tercero, repercutiendo en ocasiones en tres continentes simultáneamente con todas sus diferencias políticas y culturales. Por tanto para muchas empresas resulta imposible tener sólo una perspectiva local.

Ahora bien, Lozano ubica el punto de intersección entre RSE y sostenibilidad en el hecho de que la empresa sostenible también tiene que orientar sus actividades para contribuir al desarrollo sostenible de la sociedad, de quienes se encuentran a la redonda, y por eso incorpora los valores del desarrollo sostenible: prosperidad económica, calidad medioambiental y justicia social. Precisamente porque no podemos olvidar que la empresa se encuentra en un entorno concreto y definido, la definición de la RSE de la empresa y su sostenibilidad no son conceptos autosuficientes, dado que intentan definir la relación de la empresa, su propósito y contribución a la sociedad en determinado tiempo, ubicación y lugar.

En esta misma línea de argumentación, tanto el enfoque de la RSE como el de sostenibilidad, coinciden en subrayar que las empresas deben adoptar un enfoque de su gestión que se corresponda con lo que se ha denominado la triple cuenta de resultados – económicos, sociales y medioambientales. Ambas apuntan a una misma problemática pero desde miradas distintas, convergentes y complementarias⁴⁶⁷. La sostenibilidad tiene que ver con que el proyecto empresarial sea viable, tanto desde la perspectiva económica como social. En tanto la RSE se refiere a responder por la sostenibilidad y a la relación que se produce con la sociedad.

⁴⁶⁴ En cualquier caso, sin atención al medio ambiente no hay sostenibilidad. Para profundizar vea LOZANO, J.M: *La empresa ciudadana como empresa responsable y sostenible*, Editorial Trotta, Madrid, 2009, p. 55.

⁴⁶⁵ Para ver su desarrollo LOZANO, J.M: *La empresa ciudadana como empresa responsable y sostenible*, Editorial Trotta, Madrid, 2009, p. 56 y ss.

⁴⁶⁶ Esta concepción de la Responsabilidad Social Empresarial está inspirada en el Principio de Responsabilidad de Hans Jonas.

⁴⁶⁷ LOZANO, J.M: Op.cit. p. 57.

Josep Maria Lozano propone aunar ambos conceptos en torno a la idea de empresa ciudadana, ya que el discurso sobre la RSE no es suficiente y requiere de un marco de referencia más amplio desde el cual pueda justificarse. Y dicho marco es la participación de la empresa en los procesos sociales como lo haría la ciudadanía⁴⁶⁸, siendo así una empresa “ciudadana⁴⁶⁹”.

*“En primer lugar, hablar de sostenibilidad permite poner de manifiesto la **atención a la cuestión medioambiental**, algo que (...) ni el término social ni la referencia a los stakeholders incorporan con claridad. En segundo lugar, hablar de sostenibilidad acentúa que todo lo que se está planteando tiene sentido desde la adopción de una perspectiva de **largo plazo** (no referida sólo a la empresa) (...). Hablar de sostenibilidad, en tercer lugar, nos sitúa (...) ante **el reto de contribuir a la sociedad desde un marco de referencia compartido**; un marco de referencia que se muestra como un **horizonte** que puede dar sentido y orientación a las actuaciones (...) y a la vez, puede actuar como **instancia crítica** de todas ellas: la conjunción de prosperidad económica, calidad ambiental y justicia social⁴⁷⁰”.*

Lozano propone así reemplazar RSE por empresa responsable y sostenible (ERS): empresa, porque se hace explícita la concreta referencia a ella y a sus actuaciones con todo lo que eso significa. Responsable, no sólo referido a las consecuencias, sino incorporando las relaciones con los grupos de interés porque a través de ellos la empresa se relaciona con la sociedad⁴⁷¹. Esto significa que la viabilidad de la empresa es un elemento sustantivo de la responsabilidad pero no lo agota; la empresa no es sólo responsable de subsistir económicamente o de producir beneficios, la responsabilidad tiene un aspecto económico, otro social y otro ambiental. Esta puntualización que hace Lozano para las empresas en general es de utilidad para entender a los medios como empresas si se asume que, en su caso, el componente social es muy grande dado el servicio que ofrecen.

La referencia a la Sostenibilidad incorpora elementos que de otro modo no serían contemplados, como la idea de proyecto a largo plazo, justicia y responsabilidad por las generaciones vendieras. Más allá de las dificultades que incluir la sostenibilidad a la idea de RSE pueda significar, sobre todo por el éxito que el concepto de RSE tiene, creemos que para hablar de empresa informativa es indispensable considerar la perspectiva de justicia que incluye porque tiene directa relación con el rol democratizador de los medios. “No estamos

⁴⁶⁸ Ibidem. p. 98.

⁴⁶⁹ Ibidem. p. 85.

⁴⁷⁰ Ibidem. p. 82, 83 y 84. Las negritas son nuestras.

⁴⁷¹ En el caso de los medios, no es la única forma en la que se relaciona con la sociedad, es la forma en que lo hace en tanto empresa.

hablando simplemente de prácticas empresariales, de productos o de servicios; estamos hablando también de valores, sentido y legitimidad⁴⁷²”.

Teoría de *stakeholders* y rendición de cuentas

El concepto de grupos de interés apunta, por una parte, a la pluralidad de “interesados” – más allá de los accionistas- y, por otra, a la pluralidad de fuentes de interés –no sólo los económicos⁴⁷³-, sobre todo si desde la perspectiva empresarial se considera que no sólo los intereses económicos tienen valor económico. Esta perspectiva tiene su origen en la sociedad estadounidense de la década del ’50, una vez que se comenzó a considerar que la empresa tenía obligaciones más allá de la consecución de beneficio⁴⁷⁴. Y dentro de esas obligaciones se encontraba la de rendir cuentas públicamente a los afectados.

Nos interesa entender el concepto de grupos de interés que entraña la teoría de *stakeholders* porque la actividad empresarial puede ser evaluada según diferentes dimensiones, y una de ellas es a través de las relaciones con los distintos afectados por ella⁴⁷⁵. Lozano explica que la discusión en torno a los grupos de interés⁴⁷⁶ va más allá de identificar quiénes son; también guarda relación con definir a quién pertenece la empresa y en interés de quién debe gestionarse. Se trata de un debate en el que no entraremos aquí, pero que conduce a plantearse el modelo de propiedad y sus implicaciones⁴⁷⁷. Tener en cuenta la relación con los grupos de interés es asumir que la empresa se halla inserta en una sociedad y no sólo en una economía⁴⁷⁸.

R. E Freeman es considerado el impulsor del concepto de *stakeholder* o grupo de interés y el principal teórico hasta principios de los ’90, por eso con frecuencia se utiliza su definición como punto de partida de cualquier análisis, aun cuando hay elementos que se han sumado a su conceptualización como, precisamente, el aspecto moral⁴⁷⁹. Freeman definió

⁴⁷² LOZANO, J.M: Op.cit. p. 63.

⁴⁷³ GONZÁLEZ, ELSA: *La responsabilidad moral de la empresa: Una revisión de la teoría de stakeholder desde la ética discursiva*. Tesis doctoral de Elsa González, Universitat Jaume I, Noviembre, 2004, p. 195.

⁴⁷⁴ Para revisar una evolución cronológica de la riqueza del concepto Cfr. GONZÁLEZ, ELSA: *La responsabilidad moral de la empresa: Una revisión de la teoría de stakeholder desde la ética discursiva*. Tesis doctoral de Elsa González, Universitat Jaume I, Noviembre, 2004, p. 196 y ss.)

⁴⁷⁵ CORTINA, A: “Las tres edades de la ética empresarial”. Op.cit. p. 17.

⁴⁷⁶ Para profundizar en los principios del *stakeholder management* definidos en 1999 por el *Clarkson Centre for Business Ethics* ver LOZANO, J.M: *La empresa ciudadana como empresa responsable y sostenible*, Editorial Trotta, Madrid, 2009, p. 74.

⁴⁷⁷ LOZANO, J.M: Op.cit. p. 71.

⁴⁷⁸ Ídem.

⁴⁷⁹ Para ver el desarrollo del concepto desde sus inicios Ver: GONZÁLEZ, E: *La responsabilidad moral de la empresa: Una revisión de la teoría de stakeholder desde la ética discursiva*. Tesis doctoral de Elsa González, Universitat Jaume I, Noviembre, 2004, p. 191-209.

stakeholder como “Cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por el logro de los objetivos de la empresa⁴⁸⁰”.

Es un concepto que se refiere a la organización, a las relaciones que ésta tiene con diferentes grupos o actores de la sociedad, y a cómo se gestiona dicha relación. Hablar de grupos de interés supuso un cambio a la hora de pensar las actuaciones de la empresa, dado que la reflexión ya no se originaba ni concluía en los accionistas y en sus intereses. Por eso mismo, como apunta Josep Maria Lozano, hablar de grupos de interés nunca puede ser un discurso autosuficiente, porque está asociado al entorno particular de cada empresa y a su realidad.

En su tesis doctoral, Elsa González hace una interpretación de la teoría de *stakeholders* desde la ética discursiva y, al hacerlo, propone la posibilidad de armonizar los diferentes intereses y permite ver a los grupos de interés como interlocutores válidos y no como simples afectados⁴⁸¹. La relación entre grupos de interés y RSE es parte de cualquier reflexión estratégica y a la vez un imperativo de RSE, dado que “se trata de equilibrar los intereses y los derechos de todos ellos de manera compatible con la viabilidad de la organización⁴⁸²”. No obstante, Lozano reconoce una limitación: con facilidad pueden ignorarse a aquellos grupos de interés que son afectados por la empresa pero que no tienen incidencia sobre ella.

Con el objeto de subsanar esta limitación resulta de suma importancia definir a los grupos de interés de una empresa. Para identificar a los grupos de interés de una empresa Lozano sugiere usar los siguientes parámetros⁴⁸³:

- 1.- *La calidad de la relación con los grupos de interés*, que significa con qué amplitud son éstos considerados: estrecho (grupos vitales para la supervivencia o éxito de la empresa), amplio (cualquier grupo o individuo que puede afectar o verse afectado por la empresa), o aquellos individuos o grupos que dependen de la empresa para alcanzar sus objetivos o de los que depende la empresa para alcanzar los propios.
- 2.- *La relevancia de la relación con los grupos de interés en la actividad de la empresa*: primarios (indispensables para las operaciones de la empresa), o secundarios (con influencia pero sin implicación directa en la operación de la empresa).
- 3.- *El nivel de aprendizaje que la relación con los grupos de interés supone a la empresa*.
- 4.- *Lo que está en juego en la relación con los grupos de interés*, sean intereses, exigencias legales o derechos.

⁴⁸⁰ FREEMAN R.E: *Strategic management. A stakeholders approach*, Pitman Publishing, Toronto 1951, p. 24 y 25.

⁴⁸¹ GONZÁLEZ, E: Op.cit. p. 22.

⁴⁸² LOZANO, J.M: Op.cit. p. 25.

⁴⁸³ *Ibidem* p. 71 y 72.

Ahora bien, sigue siendo relevante saber de antemano quién aplicará estos parámetros para definir a los grupos de interés de determinada empresa. Aunque contemos con estas variables, resulta trascendental definir quién decide quiénes integran los grupos de interés en un contexto determinado, o cuáles de ellos son primarios o secundarios según el grado de impacto en la supervivencia de la empresa. Dice Freeman que no puede haber una teoría de *stakeholders* o grupos de interés neutra, e identificarlos ya pone de manifiesto cómo entendemos la empresa, “No es posible un modelo de descripción de los *stakeholders* sin explicitar un modelo de comprensión (valores) y un modelo de legitimación (principios y criterios)⁴⁸⁴”, por eso no se puede hablar de grupos de interés sin poner de manifiesto los valores y criterios que nos hacen reconocerlos y jerarquizarlos.

Hay que valorar el interés de cada grupo de interés, su capacidad de influencia y su poder, considerando que el poder o la influencia por sí misma no les da legitimidad ni preeminencia ética⁴⁸⁵. Además del interés, se ha de observar la finalidad de la relación y cómo la valora cada actor. Elsa González explica que de la teoría de *stakeholders* se extraen cuatro hipótesis basándose en que ha sido justificada según su exactitud descriptiva, de acuerdo a su poder instrumental y de acuerdo a su validez normativa. Las hipótesis, como las llama González, son las siguientes:

- 1) La teoría de los *stakeholders* es descriptiva, hace una descripción para luego analizarla.
- 2) La teoría de los *stakeholders* es instrumental o estratégica, ya que permite definir un campo de acción en base a las relaciones existentes entre la dirección y el logro de ciertos objetivos.
- 3) La teoría de los *stakeholders* es normativa e implica la aceptación de dos ideas básicas: que los grupos de interés están formados por quienes tengan intereses legítimos (por eso no todos quienes se relacionen con la empresa son considerados grupos de interés), y que dichos intereses tienen valor en sí mismos, por tanto, no pueden ser utilizados en beneficio de otros.
- 4) La teoría de los *stakeholders* es de gestión directiva, es decir, “recomienda procedimientos, actitudes, estructuras y prácticas que todas juntas configuran el directivo *stakeholder*⁴⁸⁶”.

Como consecuencia de la nueva forma de entender la responsabilidad de la empresa que incorpora la perspectiva de los grupos de interés, se comienza a redefinir la rendición de cuentas o *accountability*: será superada la idea de mera transparencia financiera para considerarla, no sólo como algo deseable, sino indispensable para la supervivencia de la empresa. De ese modo el concepto de confianza cobrará protagonismo, así como la idea de que la ética sea vista como un activo de la empresa.

Concretamente rendir cuentas significa informar a los grupos de interés de lo que pasa⁴⁸⁷, se informa con el objetivo de construir relaciones basadas en la confianza, aunque

⁴⁸⁴ *Ibidem*. p.113.

⁴⁸⁵ *Ibidem*. p. 115.

⁴⁸⁶ GONZÁLEZ, E: *Op.cit.* p. 205 y p. 206.

habría que agregar que también se rinde cuentas porque la responsabilidad social de la empresa así lo exige. Lozano subraya que tomarse en serio la rendición de cuentas también significa preguntarse qué entendemos por éxito empresarial, porque eso explica y justifica qué se considerará como información relevante⁴⁸⁸, considerando que no se trata sólo de dar información sino de construir legitimidad. En este sentido, rendir cuentas no es sólo una cuestión de hábito sino también de mentalidad y de aceptación de unas expectativas, unas promesas –explícitas o implícitas- que originan la necesidad de responder.

Para que los demás confíen es necesario darles razones y eso tiene directa relación con rendir cuentas. Esto implica el desafío de incorporar la rendición de cuentas como un ejercicio habitual, y no de responder sólo cuando se nos pide porque ya hay desconfianza. Domingo García Marzá propone para ello contar dentro de la propia empresa con un sistema integrado de gestión ética que contemple: a) códigos éticos (lo que implica el reconocimiento de unos valores dentro del comportamiento de la empresa); b) comités éticos (incorporando así la deliberación como el método para abordar las dificultades o desafíos éticos en la empresa); y c) auditorías éticas (como medio de valoración concreta de la actuación ética de la empresa)⁴⁸⁹.

La propuesta de Lozano de Empresa Responsable y Sostenible alude a un concepto más amplio y profundo de responsabilidad que excede el mero rendimiento de cuentas y que propone un horizonte no sólo de referencia sino también crítico de sus propias acciones. Desde esta perspectiva, la empresa informativa debería apuntar a ser una empresa responsable y sostenible incorporando las ideas de proyecto a largo plazo, justicia y responsabilidad por las generaciones vendieras.

La responsabilidad y la sostenibilidad tienen sentido para el trabajo de la prensa precisamente porque intenta satisfacer un derecho humano que no depende del cuidado puntual que pueda hacer una u otra persona o grupos de personas; es indispensable que los derechos humanos sean garantizados de manera transversal y a través del tiempo. En la medida en que han dejado de ser vistos como accesorios u opciones personales han pasado a ser considerados bienes básicos de la vida en sociedad.

A continuación haremos una reflexión en torno a cómo podrían definirse los grupos de interés de los medios de comunicación. Proponemos ubicar en el centro del diagrama el derecho a la información del ciudadano como el interés primordial y que origina la existencia de los medios. De ese modo, satisfacer el derecho de los ciudadanos a estar informados sería considerado estrecho y vital, en el lenguaje de Lozano, puesto que de él depende la existencia y legitimidad de la actividad de la empresa informativa. Esta sería la condición *sine qua non*

⁴⁸⁷ LOZANO, J.M: Op.cit. p.127.

⁴⁸⁸ Ibidem. p.153.

⁴⁸⁹ GARCÍA- MARZÁ, D: *Ética empresarial. Del diálogo a la confianza*. Op.cit.

para cualquier desarrollo posterior. Los demás grupos de interés podrían ser los que se observan en el siguiente diagrama:

STAKEHOLDERS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

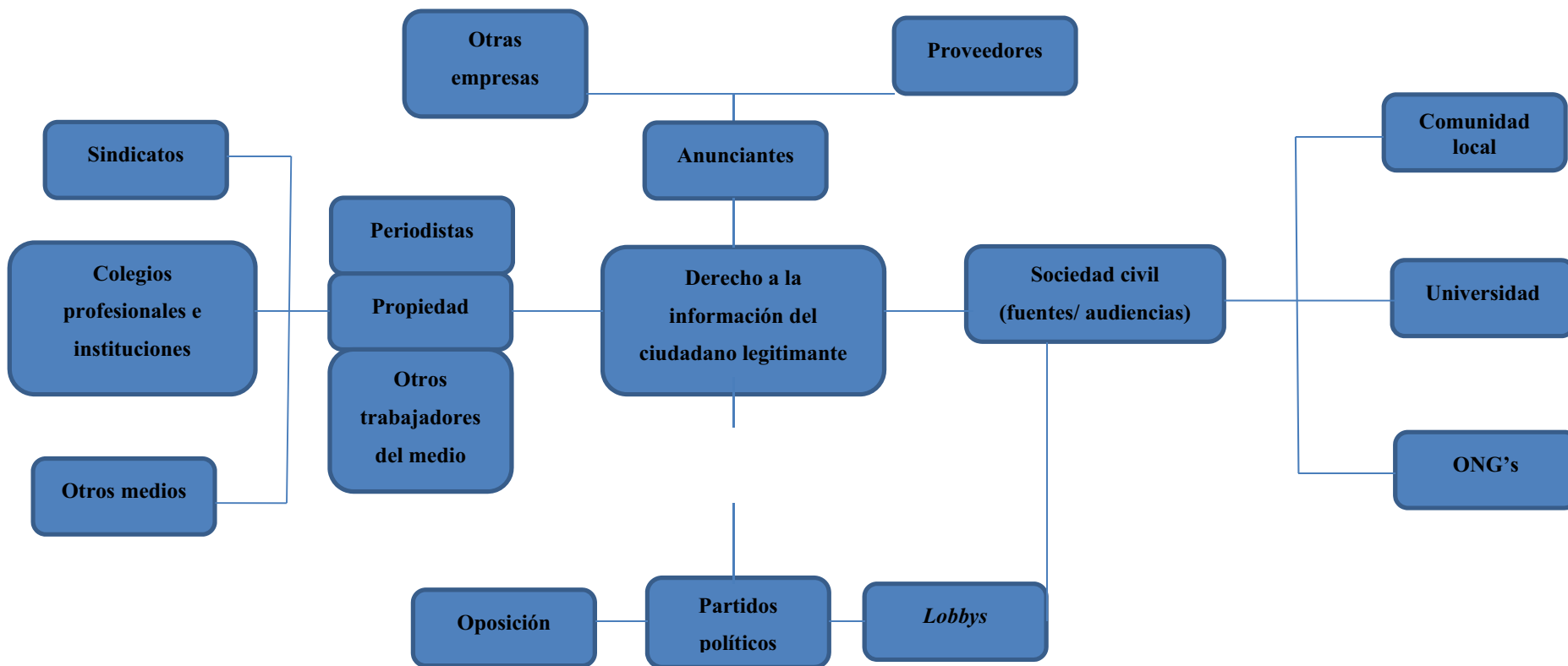


Figura N. 1

Al poner en el centro el derecho del ciudadano (Figura N. 1) se indica cuál es el interés que tendría que “gobernar” los demás intereses, el criterio fundamental a la hora de sopesar los conflictos de interés que se produzcan. Ian Richards propone un listado de grupos de interés para los medios sin definir la ubicación entre ellos, precisamente porque destaca el dilema de conciliar sus intereses⁴⁹⁰. En el modelo propuesto en la Figura N. 1 cuanto más cerca se está del derecho del ciudadano, más preeminencia tendrán los intereses de esos grupos de interés. Ahora bien, el método de gestionar y equilibrar estos intereses tendrá que ser el diálogo. Serán necesarios mecanismos que resguarden la independencia del profesional para hacer su trabajo, así como la adecuada relación con los grupos de interés. Ese resguardo pasa indispensablemente por a) el fortalecimiento de la ética profesional así como su protección y difusión; y b) una legislación que establezca sanciones legales para quienes intenten vulnerar el derecho del ciudadano, ya sea intentando imponer intereses ilegítimos a través de los grupos de interés, ya sea presionando a los profesionales o impidiéndoles llevar a cabo un trabajo de calidad.

Inmediatamente alrededor del derecho del ciudadano proponemos asociar a seis grupos de interés: los anunciantes (quienes dan financiación al medio-empresa y de esa forma permiten la independencia ideológica del medio); la sociedad civil (que se puede comportar como audiencia/lectores/oyentes o como fuentes); el Gobierno (que se relaciona con el medio como fuente además de la relación legal y jurídica); y aunados pero separados, se encuentran la propiedad del medio (otorga existencia física al medio además de la línea editorial), el periodista (trabajador del medio que se encarga de forma directa de satisfacer el derecho del ciudadano) y otros trabajadores (quienes de forma indirecta pero primordial, satisfacen también el derecho del ciudadano).

En conexión directa (en algunos casos relación de dependencia, como sindicatos o colegios profesionales de los trabajadores de los medios y periodistas) tenemos una segunda ronda de grupos de interés. Dicha conexión directa se debe a que comparten, aunque en un segundo nivel respecto de su preeminencia en la relación con el derecho del ciudadano, el vínculo comercial o de financiación, como fuentes o como parte del medio, ya sea en tanto trabajadores o como agrupaciones de ellos. De los anunciantes se derivan otras empresas y los proveedores; de la sociedad civil se derivan la comunidad local, la Universidad, organizaciones no gubernamentales (ONG's) y organizaciones internacionales. En el caso de la Universidad cabe recordar que es en ella donde se forman los futuros periodistas. Del gobierno se derivan partidos políticos y oposición. Y del nivel de periodistas, propiedad y otros trabajadores se derivan sindicatos, colegios profesionales y otros medios.

⁴⁹⁰ Cfr. RICHARDS, I: “Stakeholders Versus Shareholders: Journalism, Business, and Ethics”, en *Journal of Mass Media Ethics*, 19(2), 119–129, 2004, p. 124.

Hacer el ejercicio de definir a los grupos de interés de los medios de comunicación permitirá dejar claro desde la empresa la subordinación que al derecho del ciudadano creemos tiene que haber. Si desde el análisis filosófico decimos al empresario que hay un problema de legitimidad al intentar imponer intereses extra informativos al ejercicio del profesional, probablemente no entienda o no le interese si el medio funciona bien como empresa. Pero si el análisis es desde la propia empresa y su funcionamiento como tal, le será más fácil resituar los legítimos intereses en el lugar que les corresponde. Además de que, como decíamos párrafos atrás, al explicitar un modelo de grupos de interés, se explicita un modelo de comprensión de valores y de legitimización de la actividad.

A la hora de identificar los grupos de interés se tiene que tomar en cuenta las diferencias que existen de acuerdo a lo relevantes que son para el funcionamiento de la empresa⁴⁹¹. Por ejemplo, no se puede equiparar el derecho a la información del ciudadano con el derecho empresarial de un canal de televisión. Cualquier intento por referir los grupos de interés tiene que considerar esas diferencias: aun desde la perspectiva empresarial, es el ciudadano el que se encuentra al centro –y que conste que está al centro también por razones empresariales: sin el ciudadano la empresa informativa no existiría- lo que implica replantearse el significado de medio de comunicación exitoso.

Recientemente tenemos dos ejemplos de medios que fueron o son “exitosos” en los números pero que han generado enorme rechazo en la ciudadanía, entre los profesionales y en el sector; el primero, el ahora desaparecido periódico británico *News of the World* –más conocido por el caso Murdoch, nombre del dueño del grupo empresarial-, y el segundo, las manifestaciones en contra del imperio Televisa en México. En ambos casos los ciudadanos rechazan los métodos, la forma y la calidad de la información recibida: los británicos por la forma de obtener la información, y los mexicanos por la tergiversación y manipulación de la información en favor de algunos poderosos por más de cuatro décadas.

En relación a la rendición de cuentas, también resulta necesario diseñar un modelo aplicable a los medios en tanto que empresas. Desde la perspectiva empresarial se trata de responder por qué, dando razones de las motivaciones para cualquier acto u omisión. Denis McQuail afirma que los medios en general se resisten a la rendición de cuentas⁴⁹². Define los objetivos de la rendición de cuentas en la prensa del siguiente modo⁴⁹³:

- 1) Proteger y promover la libertad de expresión.
- 2) Prevenir o limitar el daño que el medio puede causar.
- 3) Promover beneficios positivos desde los medios hacia la sociedad.

⁴⁹¹ LOZANO, J.M: Op.cit. p. 71 y p. 72.

⁴⁹² MCQUAIL, D: *Media accountability and freedom of Publication*, Oxford University Press, New York, 2003, p. 189.

⁴⁹³ MCQUAIL, D: “Accountability of media to society: principles and means”, en *European Journal of Communications*, 1997, Vol. 12(4), 511-529, p. 525.

En la literatura anglosajona se suele definir *accountability* en periodismo como una entidad estática y medida por la ausencia o presencia de mecanismos de corrección o control, cuando en realidad es una fluida dinámica de interacción⁴⁹⁴. En este mismo sentido, resulta vago el planteamiento de estos objetivos de la rendición de cuentas porque no hacen mención al derecho del ciudadano a estar informado, y es en razón de ese derecho que la defensa de la libertad de expresión tiene sentido.

McQuail propone un modelo de rendición de cuentas y al hacerlo explica que no se refiere sólo a asuntos morales, éticos o de calidad profesional, sino que también busca satisfacer a las audiencias y mantener con ellas una relación estable⁴⁹⁵. Satisfacer a las audiencias y mantener con ellas una buena relación está en concordancia con la definición de los grupos de interés, sus intereses y de cómo se gestiona dicha relación. No obstante, desde una perspectiva ética será relevante el nexo con la audiencia y su satisfacción, pero siempre en la medida en que el derecho del ciudadano permanezca en el centro (y no el entretenimiento del “consumidor”). Por tanto, la rendición de cuentas está ligada con la responsabilidad de la empresa, su misión y valores, y no tanto con lo que indique el vínculo con un grupo de interés en particular.

Según lo plantea McQuail la responsabilidad tendría que ver con lo que la sociedad espera de los medios y la rendición de cuentas con cómo responden los periodistas por la responsabilidad que se les ha dado, “*how might the society call on journalist to account for their performance of the responsibility given to them*”⁴⁹⁶. Para McQuail la rendición de cuentas es condición insalvable para tener un código de ética realmente aplicable a los medios, y apunta a la capacidad, disposición, necesidad o requerimiento de rendir cuentas sobre alguna acción u omisión.

McQuail distingue dos modelos de rendición de cuentas para los medios de comunicación: uno descrito como *liability*, y el otro como *answerability*. Bajo ambos, la rendición de cuentas busca reparar, mejorar o regresar a la normalidad, pero el primero se asocia a la responsabilidad legal y el segundo a la responsabilidad moral. Los medios de comunicación, por la libertad y el poder que ostentan, tienen unas responsabilidades, las cuales pueden ser asignadas por la ley o elegidas. Esas responsabilidades son las que exigen dar cuenta a individuos, organizaciones o a la sociedad, legal, social o moralmente, a través de *liability* o *answerability*, por un daño causado o falta de calidad en los resultados⁴⁹⁷. La propuesta de McQuail se enfoca en reparar, por tanto, piensa más en acciones posteriores a un daño provocado, y propone tres variantes a la hora de responder: unilateralmente (a nivel individual),

⁴⁹⁴ PLAISANCE, P. L: “The concept of media accountability reconsidered” en *Journal of Mass Media Ethics*, 2009, Volume 15, Number 4, pp. 257-268.

⁴⁹⁵ MCQUAIL, D: *Media accountability and freedom of Publication*. Op.cit. p. 200.

⁴⁹⁶ *Ibidem*. p. 190.

⁴⁹⁷ *Ibidem*. p. 200.

bilateralmente (nivel de relación con la audiencia y de los objetivos normativos) y trilateralmente (cuando hay tres involucrados: el medio, un segundo actor y la parte afectada)⁴⁹⁸.

Compartimos con McQuail la preocupación por establecer un método de responsabilidad y de rendición cuentas para los medios, pero no compartimos su propuesta por las razones que a continuación exponemos. En primer lugar, porque creemos que la rendición de cuentas no debe ser sólo una respuesta a un daño producido, sino el modo mediante el cual se construye la relación de confianza con los diferentes grupos de interés y, de ese modo, también contempla el método de prevención de posibles daños. La transparencia en esa rendición de cuentas permitirá que los diferentes involucrados confíen en la empresa, en este caso, en el medio. En segundo lugar, aunque puede resultar aclarador dividir las posibilidades de respuestas como propone –unilateral, bilateral o trilateralmente–, creemos que el énfasis debiera estar puesto en consensuar una rendición de cuentas constante y no a posteriori y reactiva, lo que determina una forma de gestión de la empresa informativa. Pensar en que la rendición de cuentas sea sólo respuesta y no anticipación define una forma de gestión reactiva y cuya respuesta depende de cómo reaccione la audiencia, por ejemplo, y no de manera proactiva, creativa y generadora de confianza⁴⁹⁹, basada en los principios del medio y no según la reacción puntual de los ciudadanos.

Tal como se puede ver en la Tabla número 1, el modelo de rendición de cuentas propuesto por McQuail está vinculado a la moral y se refiere a la calidad, en tanto el de *liability* alude a la responsabilidad legal, es impuesto y se refiere a un daño provocado. La forma de expresión de la responsabilidad en el caso del primero es verbal y no hay penas en caso de transgresión, en tanto que el segundo tiene estipulación formal. Creemos que esta separación es muy clara pero a su vez puede ser contraproducente: ¿por qué la calidad no está obligada formalmente? ¿Por qué se encuentra en el lado de las opciones y no de las obligaciones? Creemos que el hecho de que la opción moral sea voluntaria y que su transgresión no conlleve pena es algo que, en el caso de la actividad profesional periodística no favorece la mejora de calidad, el trabajo bien hecho, ni propicia la independencia de los profesionales. Además de que desconoce la historia de los tránsitos habidos desde *answerability* hacia *liability*.

⁴⁹⁸ Ídem.

⁴⁹⁹ Sobre cómo incide el modelo de *accountability* en la manera de entender la empresa Cfr. LOZANO, J.M: *La empresa ciudadana como empresa responsable y sostenible*, Editorial Trotta, Madrid, 2009.

ANSWERABILITY	LIABILITY
Moral/social basis versus	Legal basis
Voluntary	Imposed
Verbal forms	Formal adjudication
Cooperative	Adversarial
Non-material penalty	Material penalty
Reference to quality	Reference to harm

Tabla Número 1

Fuente: MCQUAIL, D: *Media accountability and freedom of Publication*, Oxford University Press, New York, 2003.

Como comentamos páginas atrás, Domingo García Marzá propone que la empresa cuente en su interior con un sistema integrado de gestión ética que contemple: a) códigos éticos (reconocimiento), b) comités éticos (deliberación) y c) auditorías éticas (valoración)⁵⁰⁰. Pensando en los medios, este sistema integrado de gestión ética cumpliría con ejecutar la responsabilidad del medio en tanto empresa sin descuidar la responsabilidad del profesional. Pero sin lugar a dudas, la gestión ética de los medios requiere del refuerzo de una legislación.

Tanto la interpretación discursiva que Elsa González hace de la teoría de grupos de interés, como la propuesta de García Marzá de considerar la confianza el vínculo de la empresa con la sociedad, nos parecen adecuados para abordar la responsabilidad del medio en cuanto empresa. No obstante, creemos que la responsabilidad de la prensa debe ser analizada más allá del hecho de que son empresas. Esto significa que resulta tan relevante asumir la responsabilidad del profesional y todo lo que ello conlleva, como la del medio como empresa a través de un modelo de responsabilidad y *accountability*, pero todo ello bajo el paraguas de asumir la responsabilidad que tienen los medios en tanto actor democratizador en un sentido discursivo, como el expuesto en el capítulo anterior.

Sin lugar a dudas la búsqueda de mecanismos que resguarden de manera adecuada la responsabilidad del medio es un proceso que puede resultar largo y engorroso, sobre todo si se trata de redefinir y modificar comportamientos anquilosados y que favorecen poderosos intereses extra informativos. Para empezar hay que desbancar la idea de que la ética es un lujo que no pueden permitirse⁵⁰¹.

⁵⁰⁰ GARCÍA- MARZÁ, D: *Ética empresarial. Del diálogo a la confianza*. Op.cit. pp. 229-244.

⁵⁰¹ RICHARDS, I: Op.cit. p. 126.

Dice McQuail que uno de los problemas de la relación entre responsabilidad y rendición de cuentas es que se usan diferentes aproximaciones filosóficas para determinar la naturaleza de esa responsabilidad. No obstante, con independencia de la aproximación filosófica, la necesidad de asumir una responsabilidad que es tanto moral como legal, así como la necesidad de rendir cuentas como forma de relacionarse con los grupos de interés y asumir que esa responsabilidad, tanto moral como legal, opera en diferentes niveles, son aspectos previos en torno a los cuales tampoco hay consenso.

Pensar que el medio de comunicación como empresa sólo es responsable de los resultados financieros es tan equivocado como desproporcionado hacer caer toda la responsabilidad de los errores que se cometen en el profesional. Tal vez muchas de las frustraciones que tenemos sobre el comportamiento de la prensa se explican precisamente porque con frecuencia hacemos sólo responsable al periodista del mal desarrollo del periodismo. Hemos esperado actitudes casi heroicas de seres humanos comunes y corrientes que no tienen resguardo ante las poderosas presiones que reciben a diario en el ejercicio profesional.

PERSPECTIVA ÉTICA DEL SECTOR PROFESIONAL

Después de haber revisado la perspectiva ética desde el nivel del profesional y de la empresa informativa, ahora nos centraremos en el sector profesional. La reflexión girará en torno a tres grandes temas: la regulación de la ética profesional como parte del compromiso ético que la comunidad de profesionales asume dado el carácter de su trabajo, el periodismo de calidad como periodismo de virtudes y las condiciones de posibilidad de un periodismo de esas características.

Estado de la cuestión: regulación ética de la profesión

El trabajo de los periodistas está autorregulado. La autorregulación agrupa una “serie de mecanismos relacionados con la actividad de los medios que comparten el objetivo de promover que su actuación se ajuste en lo posible a los valores de la comunicación social⁵⁰²”. El principal problema que presenta hoy en día la autorregulación es precisamente la amplitud de la afirmación “en lo posible”, dado que se trata de recomendaciones cuyo incumplimiento no recibe sanciones coercitivas. En periodismo el mecanismo más conocido es el código deontológico, pero también existen los libros de estilo, los consejos de prensa, los estatutos de redacción, principios editoriales, los defensores del público (*Ombudsman*), la cláusula de

⁵⁰² AZNAR, H: *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales*. Op.cit.p. 28.

conciencia⁵⁰³ y las auditorías éticas. A diferencia de los demás, la cláusula de conciencia es una institución de carácter jurídico-legal cuyo origen se remonta a la ley francesa de 1935. Se trata de una cláusula legal implícita en el contrato de trabajo, en virtud de la cual un cambio de orientación en el medio que afecte la conciencia del periodista lo autoriza a renunciar con las mismas consecuencias que si se tratara de un término de contrato por voluntad del empleador. Su protección se encuentra estipulada en la Constitución española en el artículo 20.1 d).

Hugo Aznar destaca como rasgo distintivo de la autorregulación el hecho de que

“(...) tanto su puesta en marcha como su efectividad dependen del compromiso voluntario de los protagonistas de la comunicación: los propietarios y gestores de las empresas de la comunicación – tanto públicas como privadas-, los profesionales (...) y el público que los recibe, protagoniza o simplemente se ve afectado por ellos⁵⁰⁴”.

Aclara que nada tiene que ver con la censura ni con la autocensura y que

“(...) nace del compromiso voluntario de los agentes que participan en el proceso de comunicación; va dirigida a complementar la libertad de los medios con un uso responsable de la misma; y, sobre todo, está esencialmente guiada por los valores y fines de la propia comunicación⁵⁰⁵”.

Se entiende entonces que la autorregulación es un compromiso ético que asume el profesional con la sociedad⁵⁰⁶. Es interesante analizar la importancia de este compromiso, a raíz de qué ha surgido, cuál es el objeto de protección y si dicha protección se lleva a cabo o no. Es importante el compromiso porque la autorregulación evidencia que existen unas normas éticas que son propias de esta profesión, así como establece la importancia de la proyección social de esos elementos para la posterior exigencia, por parte de los ciudadanos, a los profesionales de dicha actividad:

“La autorregulación es la que establece mecanismos que hacen efectiva la deontología (entendida como reflexión moral de una actividad profesional y precisión de sus normas éticas, con carácter persuasivo), convirtiéndola en

⁵⁰³ Cfr. CARRILLO, M: “La cláusula de conciencia de los periodistas en la Constitución española de 1978”, en *Revista de Estudios políticos* (Nueva Época) Nº 49, Enero-Febrero 1986.

⁵⁰⁴ AZNAR, H: *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales*. Op.cit. p. 29.

⁵⁰⁵ *Ibidem*. p. 30.

⁵⁰⁶ LAITILA, T: “Journalistic codes of ethics in Europe”, en *European Journal of Communication*, Vol. 10(4): 527-544, 1995, London, p. 532.

*exigencia que la sociedad proyecta sobre determinada actividad más allá de las opciones personales*⁵⁰⁷”.

Esto es crucial porque, por una parte, da cuenta de las raíces de la profesión en la vida social y democrática y, por otra, porque sitúa a los ciudadanos como interlocutores y receptores activos que pueden exigir no sólo información de calidad, sino información verdadera, obtenida con rigor, que se den a conocer los hechos de la mejor manera posible, ya sea concisa o detalladamente, con interpretación o sin ella, situada en un contexto determinado, y un larguísimo etcétera. Cuando la entrega informativa es cuestionada por sus estándares de calidad, a la vez se cuestionan los mecanismos existentes para asegurar dicha calidad. Se cuestiona, por tanto, la autorregulación.

Es importante precisar que así como autorregulación no significa censura ni imponer unos determinados contenidos morales, tampoco puede ser entendida como amparo de los intereses de la empresa o de los empresarios de la información. Esta advertencia tiene sentido porque en muchas ocasiones la autorregulación se usa como escudo para que los conflictos morales que pueden suscitarse entre profesionales y dueños de medios informativos se queden en la penumbra de la propia empresa.

Existe el convencimiento de que existen unos principios éticos⁵⁰⁸ en el quehacer profesional de la información que debieran estar garantizados, que debieran ser resguardados, porque ese comportamiento permite la permanencia de la libertad de información y del derecho a estar informados, lo que, a su vez, sostiene la democracia y asegura el pluralismo. Es indispensable que haya consenso sobre esos marcos normativos. Las funciones básicas de los mecanismos de autorregulación son las siguientes⁵⁰⁹:

a) Precisar los valores y normas que deben guiar la actividad, en este caso, de la comunicación social.

b) Contribuir a que se den las condiciones que hacen posible el cumplimiento de las exigencias éticas y deontológicas de la profesión.

⁵⁰⁷ RUIZ, C: Op.cit, p. 416.

⁵⁰⁸ El centro de investigación *The Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism*, de Estados Unidos, inició en 1997 un diálogo entre los ciudadanos y la gente de prensa para identificar y clarificar los principios que subyacen en el periodismo. Después de cuatro años de investigación, incluyendo 20 foros públicos en todo el país, una lectura de la historia del periodismo, una encuesta nacional de periodistas, entre otras actividades, el grupo emitió una declaración en la que identificó nueve principios. Dichos principios son: La primera obligación del periodismo es la verdad; su primera lealtad es con los ciudadanos; su esencia es la disciplina de la verificación; sus profesionales deben mantener independencia respecto de lo que cubren; el periodismo debe servir como monitor independiente del poder; debe proporcionar un foro para la crítica pública y el compromiso; debe esforzarse por hacer que la información significativa sea interesante y relevante; se debe dar la noticia completa y en la correcta proporción de relevancia; y sus profesionales deben poder ejercer su conciencia personal.

Cfr: <http://www.journalism.org/resources/principles>

⁵⁰⁹ AZNAR, H: *Comunicación responsable. La autorregulación de los medios*. Op.cit. p. 14 y 15.

c) Juzgar y poner en conocimiento de la opinión pública los casos en que no se han cumplido estos criterios éticos.

d) Crear cauces constantes de aprendizaje ético mediante el juicio de las situaciones conflictivas.

En la segunda Convención de Periodistas de España realizada en el año 2000 se propuso la creación de un Estatuto Profesional del Periodista que esperaba convertirse en una Ley reguladora de la profesión con sanciones⁵¹⁰. Desde abril de 2004 existe en el Congreso de los Diputados una propuesta de ley de Estatuto del Periodista Profesional que, entre otras cosas, establece el deber de otorgar información veraz y relevante, aludiendo a las sanciones posibles a las que se expone quien transgreda el código deontológico anexo a la ley⁵¹¹.

Lamentablemente, transcurridos tantos años desde estas iniciativas, éstas han quedado en declaraciones de buenas intenciones, ya que no hay cumplimiento de sus objetivos. El mecanismo garante de los valores y principios profesionales no funciona y no hay debate sobre cuáles debieran ser las alternativas. En este momento en España los periodistas están sujetos sólo a la autorregulación y a algunas sanciones posibles en caso de producirse delito en el ejercicio profesional.

Los diferentes mecanismos de autorregulación, por definición, funcionan en forma de red, ya que son entre ellos complementarios y refuerzan la acción reguladora⁵¹². Se trata de una cultura de autorregulación que tiene mucho que ver con tener un marco de libertad y de seguridad para poder desarrollar el propio trabajo sin presiones de ningún tipo. Y eso no lo garantiza un código deontológico colgado en la pared de la sala de redacción de ningún diario, canal de televisión o radio.

Códigos deontológicos: características, funciones y límites

Los códigos deontológicos son el mecanismo de autorregulación más conocido. El desarrollo de los códigos deontológicos, tal como los conocemos hoy, se produjo durante el siglo XX⁵¹³. Sus antecedentes se encuentran en declaraciones que solían hacer los medios como una manera de explicitar y dar a conocer su perfil y fines pero que, en realidad, podrían coincidir más con lo que hoy entendemos como línea editorial que con un código propiamente tal. Hugo Aznar identifica dos posibles orígenes para esta herramienta de autorregulación⁵¹⁴. Por una parte, su nacimiento habría estado impulsado por la preocupación entre algunos editores estadounidenses

⁵¹⁰ *Ibidem.* p. 24 y p. 25.

⁵¹¹ *Ídem.* y RUIZ, C: *Op.cit.* p. 417.

⁵¹² AZNAR, H: *Comunicación responsable. La autorregulación de los medios.* *Op.cit.* p. 25.

⁵¹³ AZNAR, H: *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales.* *Op.cit.* p. 35.

⁵¹⁴ *Ibidem.* p. 36 y 37 y AZNAR, H: *Comunicación responsable. La autorregulación de los medios.* *Op.cit.* p. 33 y p. 34.

ante la falta de ética de los periódicos neoyorquinos de principios del siglo XX y el consiguiente daño a la credibilidad de la prensa en general. Nace así el primer código ético, el de la Asociación de editores de Kansas, aprobado en 1910.

Por otra parte, podemos considerar como un segundo origen el movimiento producido por la progresiva toma de conciencia del estatus profesional y de los deberes asociados a ella, es decir, el aumento de la profesionalización. Así surge la aprobación de la Carta de deberes profesionales del Sindicato Nacional de Periodistas de Francia (1918), o el Código de Ética de la Sociedad de Periodistas Profesionales de Estados Unidos (1926). Otros códigos no se aprobaron sino hasta la Segunda Guerra Mundial, dado que la Guerra puso en evidencia la necesidad de un resguardo para los profesionales, así como la exigencia de explicitar unos parámetros éticos de la cobertura informativa⁵¹⁵.

El nacimiento de los códigos éticos se produce como reacción a un contexto nuevo y para la protección de unos valores, de la imagen del gremio, así como del buen hacer. Los códigos pueden ser adoptados por uno o más de los siguientes actores: periodistas solos, periodistas y editores, Consejo de prensa, Estado y periodistas⁵¹⁶. Los códigos éticos hacen recomendaciones en cuanto al modo de actuar para proteger los valores o principios que inspiran el trabajo profesional, pero no señalan ni sugieren sanción alguna en caso de transgredirlos. Existen los códigos profesionales locales, los de carácter internacional y aquellos que desarrollan los propios medios –sobre todo la prensa escrita- como una forma de aterrizar los principios de la ética profesional al quehacer diario del propio medio.

En cuanto a su contenido, la mayoría de los códigos se centran en cuestiones referidas al suministro de una información fiable, sin distorsión, prejuicio, sensacionalismo ni invasión de la intimidad⁵¹⁷. Asimismo, los códigos periodísticos suelen velar por la independencia de los periodistas y la protección de su trabajo, sobre todo en lo referido a la relación con las fuentes⁵¹⁸.

Vicent Gonzálvez y J. Félix Lozano explican que los códigos deontológicos tienen una función regulativa y una función ideológica. La función regulativa considera tres dimensiones:

- 1) De guía, dirigiendo la conducta del profesional.
- 2) De contrato, en la que se manifiesta la confianza y la legitimidad profesional, ya que la sociedad permite que los profesionales se autorregulen porque confían en ellos y éstos, a su vez, asumen la responsabilidad que el conocimiento de la profesión y esa confianza les otorga.
- 3) El intento de hacer efectivo el código profesional.

⁵¹⁵ Para ver la evolución europea en la adopción de códigos deontológicos periodísticos, así como sus revisiones, véase: LAITILA, T: "Journalistic codes of ethics in Europe", en *European Journal of Communication*, Vol. 10(4): 527-544, 1995, London.

⁵¹⁶ LAITILA, T: Op cit. p. 528.

⁵¹⁷ MCQUAIL, D: *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Op.cit. p. 201.

⁵¹⁸ Ídem.

Agregan que para que un código sea efectivo no sólo necesita ser claro, concreto y moralmente legítimo, también requiere de ciertos elementos punitivos para incentivar la adhesión a los principios enunciados⁵¹⁹, y éste no es un rasgo que contemplen muchos códigos. Por su parte, la función ideológica es importante para la efectividad de los códigos, ya que la ideología profesional es un conjunto de ideas que utiliza un determinado grupo para conseguir o mantener un cierto estatus, es decir, reconocimiento por parte del resto de la sociedad en tanto que profesión. El aspecto ideológico de los códigos deontológicos es especialmente relevante en los profesionales de la comunicación, puesto que trabajan con bienes inmateriales, con ideas y opiniones que siempre requerirán de un contexto de interpretación desde el cual abordar la noticia. Además de que los códigos permiten garantizar la cuota de confianza que la profesión necesita para rendir cuentas.

Tiina Laitila explica que los códigos europeos suelen reconocer en sus textos dos funciones generales: mostrar el resultado de la rendición de cuentas (*accountability*) al público y a las fuentes, y proteger la integridad profesional de los periodistas de interferencias externas. La primera función establece el vínculo entre el buen hacer y la obligación de responder, y recuerda la función democrática que deben cumplir los medios:

“(...) to specify accountability with regard to different outside interests: mainly the state, the public, the sources and the advertisers”. “The need to show accountability is also a direct consequence of the duties of journalist in democratic societies; their role as informers of the public and watchdogs over the ruling powers⁵²⁰”.

Y la segunda:

“On the other hand, a function of ethical codes and other self regulatory mechanisms is also to protect the integrity and identity of the profession itself, both from external (state, interest groups, etc.) and internal (plagiarization, yellow press, and so forth) pressures⁵²¹”.

En este caso se explicita la necesidad de proteger la profesión, por tanto, se asume que existen unas presiones externas e internas que pueden atentar contra la identidad o la integridad del profesional. La distinción entre presiones internas y externas distingue si la presión proviene desde el mismo medio o desde fuera de él, respectivamente. Los atentados son contra la identidad o integridad de la profesión, es decir, contra aquello que identifica al periodismo –

⁵¹⁹ GONZÁLEZ, V. y LOZANO, J.F: Op.cit, p. 66 y p. 67.

⁵²⁰ LAITILA, T: Op.cit. p. 531.

⁵²¹ Ídem.

satisfacción del derecho a estar informado, libertad de expresión, investigación, etc.,- o contra aquello que permite que siga funcionando íntegramente.

De las dos funciones principales mencionadas (a) rendición de cuentas y (b) protección de la integridad e identidad de la profesión, Laitila deriva seis más específicas:

1. - Rendición de cuentas ante el público.
2. - Rendición de cuentas a las fuentes y referentes.
3. - Rendición de cuentas a los empleadores.
4. - Rendición de cuentas al Estado.
5. - Protección de la integridad profesional del periodista.
6. - Protección del estatus y unidad de la profesión periodística.

La quinta función se refiere a la interferencia externa por parte de, por ejemplo, los anunciantes, mientras que la sexta función alude a las cláusulas de la consolidación de la buena reputación y la solidaridad entre los periodistas, protegiendo así la profesión de las presiones internas. Aún cuando se recoja en los códigos la necesidad de rendir cuentas o se haga referencia a la responsabilidad social que los medios tienen, no se especifica cómo se produce o debe producir la rendición de cuentas. Tampoco queda claro si hay conciencia entre los profesionales de la conveniencia –o deber- de hacerlo, o si la rendición de cuentas es competencia del periodista, del medio o de ambos.

Los códigos deontológicos de este modo suponen un reconocimiento público de la dimensión ética de una profesión, lo que otorga conciencia moral colectiva. Además, confieren contenido moral a esa dimensión, por lo tanto, su establecimiento explícito ayudaría a defender dichos criterios. La existencia de los códigos debiera acrecentar el prestigio de la profesión, evitar la imposición de normas desde fuera de ella misma y proteger a la profesión de quienes sólo quieren sacar de ella ventajas. Domingo García Marzá explica la importancia de los códigos de la siguiente forma:

“Los códigos deontológicos tienen su importancia como reconocimiento de la dimensión moral que subyace a cualquier actividad social, esté o no reconocida por el derecho, pero ya no funcionan con la misma eficacia en la aplicación de los principios morales. La razón es bien sencilla: representan el punto de vista de los profesionales, sin incluir en la discusión a todos los grupos de intereses ‘implicados en’ o ‘afectados por’ su actividad⁵²²”.

Como se ha dicho en páginas anteriores, dadas las relaciones que se han establecido entre el periodista y los medios en tanto empresas, no se protege adecuadamente la

⁵²² GARCÍA- MARZÁ, D: *Ética empresarial. Del diálogo a la confianza*. Op.cit. p. 126.

independencia y autonomía del profesional, condiciones para conservar la integridad de la profesión, así como tampoco hay una adecuada protección de la identidad profesional. Además que, aparentemente, los códigos tampoco están contribuyendo a preservar el prestigio de la profesión o a preservarla de presiones externas a ella. La presencia y la efectividad de los códigos están bastante desdibujadas en la vida social, y presumiblemente también en el ámbito del ejercicio profesional.

Autorregulación y regulación jurídica

Desde hace ya un tiempo se libra un debate sobre la idoneidad de la autorregulación como el método que asegura unos estándares de corrección en el trabajo del periodista. Hay quienes la defienden a rajatabla como mecanismo que asegura la defensa de determinados comportamientos éticos entre los periodistas; hay otros, en cambio, que afirman que no es suficiente para defender esos mismos comportamientos éticos. A continuación daremos cuenta de las principales críticas que se hacen a la autorregulación y a los códigos deontológicos. Finalmente, puntualizaremos todavía más la discusión en torno a si, en este caso, la autorregulación ética es suficiente para proteger a la profesión o requiere del apoyo del derecho y sus sanciones.

Una de las aristas del debate sobre la autorregulación plantea el supuesto desplazamiento del ajuste normativo de los medios desde el Estado y el mercado a los profesionales. Dicho planteamiento se ha producido porque históricamente gobernantes y empresarios han mostrado interés por influir en el trabajo de la prensa, y buscando desprenderse de esas eventuales incidencias se optó por la autorregulación. Sin embargo, la autorregulación no siempre da los resultados que se esperan de ella porque existen poderes fácticos que ejercen su poder en el día a día del trabajo profesional, poderes como el que ostentan las empresas que ponen publicidad en radios, periódicos o canales de televisión, o el poder que gobernantes o grupos de interés ejercen sobre los profesionales directa o indirectamente, a través de editores y directores de medios.

Las críticas a la autorregulación son principalmente por la ausencia de resultados, ya que, pese a ser fundamental, no garantiza “lo mucho que está en juego en un ámbito como el de la información y de la comunicación⁵²³”, principalmente porque la regulación existente es laxa y los códigos deontológicos –principal mecanismo de autorregulación– son deficientes.

Vicent González y J. Félix Lozano sugieren que quizás la causa primera de la incapacidad de los periodistas para autorregularse es la pérdida de independencia, ya que “la autonomía colectiva es condición para la asimilación de un código ético como algo moral, para

⁵²³ AZNAR, H: *Comunicación responsable. La autorregulación de los medios*. Op.cit. p. 23.

luego convertirse en autonomía profesional individual⁵²⁴”. El profesional de la información, al sentirse atado a intereses y responsabilidades extra informativas, claudica ante la protección de la calidad del trabajo ya que, al sopesar los diferentes intereses, ve mermada su independencia.

La falta de independencia del profesional puede llegar incluso a la autocensura. Y aunque algunos, como Hugo Aznar, consideren que la autorregulación es la mejor defensa contra la censura, pareciera que la autocensura es una costumbre cada vez más “propia” del trabajo del periodista:

“(…) existe una correspondencia clara entre una sociedad vertebrada, democrática y libre, y su nivel de autorregulación, en nuestro caso, de los medios de comunicación, pero también de muchas otras actividades sociales. Cuanto más se dé una comunicación regulada por sus propios actores (incluido, desde luego, el público) y más guiada por sus valores y bienes internos, menos sujeto estará a intereses y fines ajenos; por consiguiente, más libre será. De modo que la autorregulación no sólo es completamente diferente de la censura, sino que incluso cabe afirmar que, dentro de un marco de libertades ya garantizado, es la mejor defensa frente a ella: es a quien dispone de un criterio propio, públicamente reconocido, a quien resulta más difícil imponerle otro distinto e instrumentalizarlo⁵²⁵”.

El problema puede ser precisamente el marco de libertades garantizadas a las que se refiere Aznar: cada vez son menos explícitas al interior de la empresa informativa y más flexibles ante las necesidades de otros. Además, ¿de qué sirve tener unas pautas orientativas, códigos deontológicos si a la par hay igual número –o más- de dificultades para llevarlas a cabo? Valdría la pena saber a cuáles actores se refiere Aznar, ¿a la empresa? ¿A los periodistas? También podríamos preguntarnos si tiene sentido abogar primero por la autorregulación o comenzar por garantizar libertad e independencia al interior del propio medio. Hay unos intereses ajenos a la información de los cuales el profesional debe defenderse constantemente si quiere hacer bien su trabajo.

Dado que los códigos deontológicos son los mecanismos de autorregulación más conocidos, en ocasiones los argumentos sobre la autorregulación se centran más en éstos. Por sus detractores los códigos son vistos como restricciones a la libertad de expresión y son considerados como un conjunto de frases bonitas tan generales que terminan sirviendo de poco. Estamos de acuerdo con McQuail cuando dice que los códigos abordan un número reducido de

⁵²⁴ GONZÁLVEZ, V. y LOZANO, J.F: Op.cit, p. 54.

⁵²⁵ AZNAR, H: *Comunicación responsable. La autorregulación de los medios*. Op.cit. p. 17.

principios de conducta profesional⁵²⁶ con el objetivo de ser estándares y de mayor alcance. El problema es que de esa forma se corre el riesgo de reducir la ética de la comunicación sólo al reducido número de principios que aparecen en los códigos. En este sentido, hay quienes ven en la regulación de la conducta ética un posible riesgo de “desprofesionalización de la profesión⁵²⁷”.

J. Félix Lozano ha esbozado que los códigos deontológicos son un arma de doble filo:

“(...) por un lado han sido un documento que ha garantizado unos mínimos y una legitimidad social, pero han adolecido de dos errores fundamentales: (1) han contribuido a cerrar la organización profesional en sí misma, y (2) se han quedado sólo en un elemento de control interno. Es decir, han carecido de capacidad para articularse abierta y dinámicamente en una ética cívica⁵²⁸”.

Hay pues dudas de que esos mínimos estén realmente garantizados, y su legitimidad social queda también en entre dicho, dado que ni siquiera se confía en que ejerzan de control interno. Al respecto Andrew Brian coincide en que los códigos no son exitosos y que es necesaria una ética profesional⁵²⁹. Por eso propone desarrollar un modelo de autorregulación que apunte indirectamente hacia la ética, con el objeto de desarrollar una cultura profesional que busque, a su vez, promover confianza en la profesión y en las personas que la ejercen generando una cultura de confianza.

Brian afirma que la confianza sólo se puede cultivar si hay una cultura profesional adecuada compuesta por normas y valores que se desarrollan dentro de la profesión, así como instituciones que la ejemplifiquen e implementen, ya que son las instituciones las que guían la acción. Por tanto, al interior de cualquier profesión deben existir dos elementos: valores e instituciones que los promuevan⁵³⁰. En este contexto, el rol de la autorregulación es proveer de un medio para asegurar la rendición de cuentas, así el público tendrá fundamentos para creer en la profesión. Brian no especifica de qué manera la autorregulación proveería de ese medio o cuál sería éste exactamente; por tanto, seguimos estancados en cómo articular o poner en uso los principios que la autorregulación promueve, más allá de explicitarlos a través de los códigos.

Habría que preguntarse si los profesionales se sienten realmente identificados con los códigos deontológicos y sus contenidos –o con cualquiera de los mecanismos de autorregulación de los que disponen-, si realmente éstos contienen su punto de vista. Lo que es

⁵²⁶ MCQUAIL, D: *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Op.cit. p. 203.

⁵²⁷ GONZÁLVEZ, V. y LOZANO, J.F: Op. cit, p. 65.

⁵²⁸ *Ibidem*. p. 69.

⁵²⁹ BRIEN, ANDREW: “Professional Ethics and the culture of trust”, *Journal of Business Ethics*, 17:391-409, 1998. p. 391.

⁵³⁰ *Ibidem*. p. 404.

claro es que no están siendo efectivos a la hora de evitar que intereses extra informativos influyan en decisiones que debieran ser solamente profesionales.

Particularmente interesante ha sido el intercambio de argumentos que al respecto han sostenido Hugo Aznar, a favor de mantener y potenciar el uso de los mecanismos de autorregulación, y Carlos Ruiz, quien plantea que la deontología es una moral indolora y que por eso no obtiene resultados, por la ausencia de sanciones. Por ello Ruiz propone explorar nuevas posibilidades que garanticen la libertad interna de la prensa, la independencia del periodista y que limiten el poder de la empresa⁵³¹. Ve como una propuesta interesante el Proyecto de ley que se encuentra en discusión en el Parlamento español y que pretende crear un Estatuto Profesional para el Periodista. Esta discusión⁵³² ha puesto sobre la mesa la pregunta de si la ética es suficiente o si necesita ser rescatada y auxiliada por el derecho y sus sanciones.

Hugo Aznar insiste en que la autorregulación es la mejor opción para dotar de criterios normativos a la profesión. No obstante, reconoce que

“(…) los propios profesionales del periodismo reclaman cada vez más una mayor intervención de los poderes públicos, tal y como se refleja en la Propuesta de Estatuto del Periodista Profesional, en la que se plantea la puesta en marcha de un Consejo Estatal de la Información creado y financiado públicamente y con capacidad sancionadora⁵³³”.

La pregunta clave, en efecto, es quién y cómo se hacen cumplir esos criterios y qué sucede si éstos son transgredidos. Aznar defiende el protagonismo de la ética, argumentando frente al derecho que a) la disonancia entre doctrina y realidad no es reciente sino que viene desde hace mucho; b) la autorregulación tiene una función propia; c) el derecho también tiene limitaciones a la hora de mejorar la comunicación social y puede conllevar riesgos y; d) que el déficit propio de España es más de cultura democrática y cívica que de leyes. Aznar dice que hay que dar tiempo a la autorregulación para que garantice la libertad interna de la prensa, la independencia del periodista y limitar el poder de la empresa sobre los contenidos. Y advierte que buscar soluciones rápidas puede inducir a error⁵³⁴. Menciona además las siguientes

⁵³¹ RUIZ, C: Op.cit. p. 419.

⁵³² En su tesis doctoral, publicada bajo el título de “La agonía del cuarto poder”, Carlos Ruiz refuta argumentos que Hugo Aznar ha dado en favor de la autorregulación. A su vez, Aznar ha refutado a Ruiz en un artículo. Cfr: AZNAR, H: “Por una teoría normativa de la comunicación a la altura de los tiempos: ¿más derecho, más política, más ética? (A propósito de la publicación de La agonía del cuarto poder de Carlos Ruiz)”, en *Dilemata*, año 2 (2010), N. 3, 77-94.

⁵³³ AZNAR, H: *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales*. Op.cit. p. 28, nota 1.

⁵³⁴ AZNAR, H: “Por una teoría normativa de la comunicación a la altura de los tiempos: ¿más derecho, más política, más ética? (A propósito de la publicación de *La agonía del cuarto poder* de Carlos Ruiz)”. Op.cit. p. 85.

limitaciones y riesgos inherentes a que el derecho sea el protector de los principios normativos de la profesión⁵³⁵:

- 1.- El derecho tiene condicionantes que limitan su eficacia a la hora de prevenir los hechos y las consecuencias derivadas de actuaciones incorrectas de los medios.
- 2.- El derecho es lento y en lo que tarde en actuar no se restituirá el honor o la imagen de la persona dañada. A esto se suman los altos costes de los procesos que pueden actuar como elementos disuasorios.
- 3.- La limitación que se produce cuando el daño no es a individuos o entidades concretas sino a colectivos, bienes o asuntos genéricos, de modo que nadie puede reclamar ante los tribunales.
- 4.- La dificultad de regular los efectos negativos que resultan de las desvirtuaciones técnicas o sistémicas de los medios, como sus rutinas productivas, precisamente porque son parte del funcionamiento propio del medio. Con esto entendemos que Aznar se refiere a, por ejemplo, cómo regular imprecisiones que se originan al cubrir una noticia para televisión “en vivo”, o a la falta de referencias en algunos artículos, puesto que las fuentes prefieren hablar en “*off*”, lo que deja al periodista sin fuentes a las que citar y dar así credibilidad a la información.

Al respecto cabe replicar a Aznar:

- 1.- Si se produjese un trabajo de equipo entre la autorregulación, encargada de prevenir, y el derecho, limitado a sancionar, se podría producir efectividad en el resguardo de la profesión. No se trata de alternativas excluyentes, autorregulación o resguardo jurídico, sino que la realidad exige que ambas funcionen de manera conjunta. El desafío es hacer que funcionen.
- 2.- Es cierto que el derecho es lento en sancionar, pero puede hacerlo, no así la autorregulación. Además, si se ha producido un daño a la honra de una persona, eso es irreparable, aunque la reacción fuese inmediata⁵³⁶. La reparación en este caso consiste en hacer un desmentido, sentar precedente para que no se vuelva a dañar de ese modo a otras personas, hacer saber al victimario el daño que ha provocado, aunque haya sido sin intención de provocarlo, etc.
- 3.- Si el daño es a colectivos, bienes o asuntos genéricos, se pueden buscar alternativas en cuanto a la defensa a través de la representación. En cualquier caso, las respuestas estarán dentro de la misma jurisprudencia.
- 4.- Tiene razón cuando afirma que el derecho no es la panacea que va a solucionar todos los problemas a los que se enfrentan los medios de comunicación o la regulación ética de los periodistas. Pero de producirse un trabajo conjunto entre ética de la comunicación y un respaldo a través de alguna legislación, el resultado será mucho más efectivo. Siguiendo con los ejemplos

⁵³⁵ *Ibidem*. p. 86.

⁵³⁶ Con la proliferación de demandas a los programas del corazón, las personas que en ellos trabajan –que no siempre ni necesariamente son periodistas– ahora se “preocupan” de anteponer, a cualquier barbaridad que dicen, la palabra “presuntamente”. De este modo se “protegen” ante la eventualidad de un posible castigo.

mencionados, los ciudadanos entienden que el “en vivo” tiene unas particularidades y asumen que la inmediatez supone un margen de error mayor. Crear un vínculo de confianza con las fuentes es más complicado y no depende sólo de los periodistas: muchas fuentes prefieren hablar en “off” para proteger sus trabajos, su propia imagen, o por múltiples motivos personales ajenos al trabajo mediático. La responsabilidad del profesional es luchar por conseguir declaraciones publicables y no abusar del “off”.

El debate gira pues en torno a las siguientes preguntas: ¿la autorregulación es la única legitimada para salvaguardar la libertad de información⁵³⁷?, ¿es en la autorregulación o en el ordenamiento jurídico donde debiera recaer un protagonismo mayor?. Y por esto mismo la controversia es infecunda, ya que lo que debiera importar a los periodistas no es que se garantice la libertad del que informa en sí misma, sino de protegerla, porque los ciudadanos tienen el derecho a recibir esa información. Si centramos el objeto de la protección en la satisfacción del derecho y no en la libertad del periodista, no le parecería contradictorio⁵³⁸ a Aznar promover la libertad a través de la ley, puesto que, tal como él sugiere, la autonomía se promovería a través del desarrollo y ejercicio de la misma, a través de la ética. De esta forma, la relación entre ética y derecho sería de prolífica complementación.

Si la autorregulación no protege los principios que debe proteger, hay que buscar una solución. Debiera producirse una correcta combinación de formación, autorregulación y leyes con sanciones asociadas, no sin antes hacer una reflexión que ayude a responder ¿por qué la regulación no debiera realizarse a través del ordenamiento jurídico? ¿Por qué tampoco a través del mercado, vía la oferta/demanda? ¿Por qué los profesionales no son capaces de autorregularse, como se ha puesto tantas veces de relieve?

Aznar advierte sobre los riesgos de tomar decisiones apresuradas a la hora de buscar una solución, pero la autorregulación ha tenido tiempo y ha demostrado que sola no puede. Se requiere de un cambio en la interpretación del marco ético, así como de la búsqueda de sanciones concretas como las que puede dar una ley. La legislación pretende resguardar unas condiciones de trabajo y sancionar las eventuales transgresiones de las mismas⁵³⁹.

⁵³⁷ AZNAR, H: “Por una teoría normativa de la comunicación a la altura de los tiempos: ¿más derecho, más política, más ética? (A propósito de la publicación de *La agonía del cuarto poder* de Carlos Ruiz)”. Op.cit. p. 80.

⁵³⁸ Ibidem. p. 88.

⁵³⁹ En Cataluña, por ejemplo, los periodistas consideran que debiera existir un órgano encargado de la efectiva aplicación de las normas contenidas en los códigos deontológicos. Así lo manifestaron en la última edición del *Llibre Blanc de la professió periodística*, que recoge valiosísima información extraída de 420 encuestas personalizadas y 30 entrevistas en profundidad realizadas a periodistas catalanes. Según los resultados de este informe, en un 50% de los casos no se garantiza la aplicación de las normas éticas, y tal vez por ello, un 92,4%, cree necesaria la existencia de un organismo de seguimiento del Código deontológico. Cfr. *Llibre blanc de la professió periodística a Catalunya*, Col·legi de Periodistes de Catalunya, UAB, 2004.

Tal como se mencionó páginas atrás, la cláusula de conciencia intenta proteger al profesional, dada la delicada situación en la que se encuentra precisamente porque trabaja con ideas. La cláusula de conciencia tiene por objeto salvaguardar a) la conciencia (conjunto de valores interiorizados y asumidos por el profesional), b) el derecho a opinión, y c) la ética profesional de los periodistas⁵⁴⁰. Y porque esa protección es necesaria está consagrada en la Constitución española.

No tiene sentido perpetuar un sistema basado en una libertad irrestricta que en la práctica se rige por intereses extra informativos. La ética tendrá el rol de dar la orientación necesaria para que el profesional haga un trabajo de calidad, para que informe de la mejor manera posible.

Muestra empírica del estado de la cuestión

A modo de ejemplo, hemos hecho el análisis de los códigos deontológicos profesionales de algunas regiones y países europeos, así como el de Estados Unidos. Hemos revisado en concreto los códigos de Cataluña, de España, de Dinamarca, de Alemania y de Gran Bretaña por parecer representativos de diferentes culturas de la prensa en Europa, y el de Estados Unidos por la influencia que las decisiones que se toman en ese país tienen en el mundo entero. Ninguno de ellos establece ni recomienda sanciones ante la vulneración de los principios que postulan o de las recomendaciones que hacen respecto de aspectos concretos del quehacer profesional. Al menos cuatro de los cinco códigos revisados mencionan la necesidad de respetar la presunción de inocencia, la vida privada o la importancia de no aceptar regalos. Todos mencionan al menos en alguna ocasión que se debe informar la verdad.

A continuación destacamos algunas particularidades de cada uno de ellos:

Código deontológico de Cataluña, 1992⁵⁴¹

- Se mencionan 12 principios. Llama la atención que el artículo 4 alude a que se deben utilizar “métodos dignos” para la obtención de información o imágenes, sin recurrir a procedimientos ilícitos. No se definen los métodos dignos, pero por la referencia a los ilícitos entendemos que apunta a obtener la información sin incurrir en delito. Es muy característico de este tipo de documentos no definir a qué se refieren con sus recomendaciones.

⁵⁴⁰ CARILLO, M: Op.cit. p. 170.

⁵⁴¹ El año 2009 se incorporaron unas recomendaciones sobre conflictos armados (http://www.periodistes.org/fcic/admin/doc_contingut/annex%20tractament%20de%20conflictos.pdf) al Código Deontológico de Catalunya. En este momento el Código de Catalunya está en proceso de revisión por parte del Consell de la Informació de Catalunya.

- Además de los 12 principios tiene cinco anexos que puntualizan recomendaciones respecto a la manipulación de imágenes, la foto ilustración, internet, puntualizaciones al artículo 7 referido a no recibir regalos, gratificaciones o realizar actividades que contravengan la tarea periodística, y recomendaciones para la correcta cobertura de conflictos bélicos.

Código deontológico de Dinamarca, 1991 Aprobación de la Ley de Medios de Comunicación de Responsabilidad (Ley N ° 348, de 6 de junio de 1991)

- Es un código legal, dado que además de ser aprobado por los periodistas ha sido ratificado por el Parlamento danés.
- Está dividido en tres secciones desglosadas en artículos. En la sección B, referida a las conductas contrarias a la buena práctica de la prensa, el artículo 5 explicita que no se debe abusar de la confianza de las personas, lo que no se desarrolla más allá del enunciado.
- Habla de “deberes”.

Código deontológico de Alemania, 1973 actualizado en 2008

- Los titulares de lo expuesto en el código son directores, editores y periodistas. Todos ellos deben ser conscientes en su trabajo de la responsabilidad hacia el público y del deber de defender el “prestigio” de la prensa.
- Es el más extenso de los códigos revisados: tiene 16 secciones que luego desglosa y detalla a través de pautas para cada una de ellas en las que, además de dar la recomendación, explica qué se busca proteger. Afirma que estos principios definen la ética profesional.
- Aunque se menciona en repetidas ocasiones que no se debe contravenir la responsabilidad de los medios de comunicación, nunca se detalla en qué consiste esa responsabilidad.

Código deontológico de España, 1993⁵⁴²

- Tiene un preámbulo y 7 principios generales, un estatuto para el periodista y unos principios de acción referidos a situaciones concretas.

⁵⁴² Si bien el Código no ha sufrido modificaciones desde entonces, sí se ha revisado el reglamento de la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología. La última revisión fue en marzo del año 2009 y pronto será modificado. Ver: <http://www.comisiondequejas.com/>

Código deontológico de la Sociedad de Periodistas Profesionales de Estados Unidos, 1996

- Es el más breve, tiene un preámbulo y enuncia 4 principios (buscar la verdad, minimizar el perjuicio, actuar con independencia y ser responsable) de los cuales se desprenden deberes.
- En Estados Unidos se dan en paralelo varios códigos deontológicos, no existe uno que sea “la” guía del profesional.

Código deontológico del Reino Unido, 2007

- Especifica que se trata de un código adoptado por el gremio de periodistas, tomando los principios que han orientado el periodismo británico e irlandés desde 1936.
- Al igual que el de Estados Unidos, es bastante breve: consta de 12 artículos.

En términos generales, llama la atención que de los códigos revisados el más actualizado sea de 2008, considerando la reciente revolución que ha significado el advenimiento de las redes sociales. Qué decir de aquellos que no se revisan desde 1992. Esto sólo demuestra el poco uso que se le da a este instrumento, tanto que no se requiere una actualización de sus contenidos.

No se hace mención a otras herramientas de autorregulación ni al papel de ésta en general. Tampoco dan cuenta de algún tipo de autocrítica o reflexión sobre el papel de la prensa y de la forma en que éste se lleva a cabo. En ninguno de ellos se hacen cargo de la realidad empresarial que, como hemos constatado, determina de una forma particular el trabajo de los periodistas. Ni siquiera se asume en ellos los “hallazgos” recientes en términos de nuevos desafíos éticos como la responsabilidad empresarial de los medios, los avances tecnológicos o los cambios sociales que han supuesto las transformaciones en la forma de hacer radio, prensa escrita y televisión con la incorporación de Internet.

Tal cual están, estos códigos deontológicos confirman la idea de que se trata sólo de un listado de buenas intenciones, de antiguas buenas intenciones.

Periodismo ético, periodismo de virtudes, periodismo de calidad

Reorientar la función democratizadora de los medios de comunicación tiene que ver tanto con la protección legal de la independencia profesional, como con la reinterpretación y actualización de la “ruta ética” hacia la calidad en la prensa, lo que “requiere un compromiso con la noción de periodista virtuoso⁵⁴³”. Usar sólo métodos externos –como la alusión a principios tipificados en

⁵⁴³ BALSEY, A. and CHADWICK, R: “Ethics as a vehicle for Media Quality”, en *European Journal of Communication*, Vol. 10(4): 461-473, London, 1995, p. 466.

códigos éticos- ha dejado a los periodistas desorientados a la hora de ponerlos en práctica⁵⁴⁴. Así como creemos que el trabajo periodístico debe estar resguardado por una legislación adecuada, no se puede ignorar que la calidad profesional equivale a un trabajo ético.

Cuando hablamos de calidad nos referimos al resultado, a que el trabajo realizado se adecue a determinados estándares propios de la profesión, por una parte, así como al fin de la profesión, por otra. La calidad remite a la idea de excelencia, es decir, a la mejor manera posible de llevar a cabo la tarea que tenemos entre manos. Cuando nos referimos a la virtud estamos apelando a la persona, en este caso, al profesional del cual esperamos que sea virtuoso porque, al igual que en otras áreas de desempeño profesional⁵⁴⁵, no basta con el principalismo: tener en cuenta las virtudes significa prestar atención al tipo de persona que se es y que se quiere llegar a ser –en este caso al tipo de profesional-, así como al tipo de relaciones que se establecen. Y definir el tipo de profesional y sus relaciones no es algo antojadizo o que se pueda resolver individualmente.

El periodismo ético está asociado con determinadas virtudes y valores que deben orientar el trabajo profesional y que habitualmente son los consagrados por los códigos deontológicos: veracidad y exactitud, imparcialidad y objetividad, respeto a la intimidad de las personas, independencia respecto a posibles conflictos de intereses, responsabilidad hacia la sociedad y el bien público, respeto a las leyes⁵⁴⁶.

Aunque hay una relación entre virtud y calidad, dado que la primera ayuda a que el resultado sea de calidad, es importante entenderlas de manera autónoma, dado que podemos tener estándares de calidad llevados a cabo por no virtuosos. En otras palabras, se puede conseguir que los profesionales alcancen estándares de calidad pero eso no significa que dichos profesionales quieran hacer las cosas de esa forma.

La palabra virtud proviene del griego *areté* y significa excelencia. Por tanto, la virtud equivale a calidad, pero referido a la persona: la virtud inevitablemente nos conecta con una ética profesional. Las virtudes son “(...) modelos de comportamiento moralmente loables y deseables, que son tanto el objeto como el resultado de los comportamientos o actividades prácticas⁵⁴⁷”. Son deseables porque vemos algo de valor en ellas, en este caso valor para el desempeño profesional.

La virtud para Aristóteles consiste en una manera habitual de obrar que es fruto de una determinada manera de ser y que se ha trabajado con disciplina para que devenga espontánea, de

⁵⁴⁴ QUINN, A: “Moral virtues for journalists”, en *Journal of Mass Media Ethics*, 22(2&3), 168-186, 2007.

⁵⁴⁵ Este tema es ampliamente desarrollado a la luz de la bioética clínica en ROMÁN, B: “Ética de la virtud para la bioética clínica: hábitos, excelencia y conciencia de pertenencia”, en Beca, J.P y Astete C (coord.) *Bioética clínica*, Santiago de Chile, Mediterráneo, 2012, p.62-74.

⁵⁴⁶ MCQUAIL, D: *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Op.cit. p. 203.

⁵⁴⁷ THIEBAUT, C: *Conceptos fundamentales de filosofía*. Op.cit. p. 107.

manera que funcione como una segunda naturaleza⁵⁴⁸. Se trata pues de un hábito que es término medio entre dos extremos, es relativo a nosotros, establecido por la razón y aquella por la cual decidiría aquel que sea prudente.

Tal y como explica Román, nos interesa la ética de la virtud porque considera a) al agente y su disposición interna, dado que

“en la ética de la virtud el peso de la moralidad se centra no tanto en el acto sino en la persona o sujeto que actúa, en su carácter, es decir, el conjunto de rasgos personales que forman un específico modo de ser. Este modo de ser impregna todas las acciones que a su vez reflejarán el carácter de su autor⁵⁴⁹”.

Por lo mismo también se hace cargo de b) los motivos y deseos que subyacen a los actos, a la vez que está interesada en c) un modo de actuar que permita la excelencia y el desarrollo de las potencialidades del ser humano en su comunidad. Finalmente porque d) entiende la vida moral como una continuidad de sentido y no como el cumplimiento del deber o la maximización de la utilidad⁵⁵⁰.

Así como las virtudes están referidas a las personas, el valor es una “cualidad de algo que lo hace estimado o apreciado y lo convierte en un bien⁵⁵¹”, asimismo “(...) los valores actuarían como un sistema de premisas e instrucciones para descifrar y dar sentido a los acontecimientos primarios susceptibles de convertirse en material periodístico y posteriormente en noticias⁵⁵²”. Tener claridad sobre el listado de valores que orientan el propio quehacer resulta tremendamente útil cuando nos enfrentamos a problemas, puesto que los valores, al actuar como sistema de premisas, nos permiten evaluar, priorizar y tomar decisiones. La importancia de “revisar” los valores es que éstos cambian con el tiempo, en el momento en que aquello que tenía importancia deja de tenerla. Los valores inspiran la virtud, que no es otra cosa que un valor encarnado.

Dado que ningún marco legal garantiza comportamiento ético en ninguna área de la vida, es indispensable dar razones de la ética que inspira el trabajo profesional, profundizar en él, formar esa comunidad de referencia que el desarrollo ético de la profesión requiere. En este sentido, una sola legislación, sin una revisión de los programas académicos, de las formas de trabajar en el interior de los medios, de los códigos y demás instancias de autorregulación, y de

⁵⁴⁸ ARISTÓTELES: *Ética a Nicómaco*. Centro de estudios políticos y constitucionales, Madrid, 2009, II, 1107a.

⁵⁴⁹ ROMÁN, B: “Ética de la virtud para la bioética clínica: hábitos, excelencia y conciencia de pertenencia”, en Beca, J.P y Astete C (coord.) *Bioética clínica*, Santiago de Chile, Mediterráneo, 2012, p.62-74.

⁵⁵⁰ Ídem.

⁵⁵¹ THIEBAUT, C: Op.cit. p. 105.

⁵⁵² VELAYOS, C (ed.): Op.cit. p. 77.

todo aquello que potencie el desarrollo de la profesión de forma ética, no asegurará un cambio sustancial en el periodismo y en su contribución a la vida democrática. En palabras de Román, “(...) es sumamente importante una comunidad que potencie la evolución de la conciencia moral de las personas para que éstas puedan llevar a cabo una reflexión, un distanciamiento, sobre la moral comunitaria, y esto es lo propio de la ética⁵⁵³”. O, como advierten Basley y Chadwick,

“To put the point simply: too many legal prohibitions and restrictions force journalists to concentrate on what they can get away with in legal terms, and thus distract their attention away from matters of ethics. This has a distorting and trivializing effect on the output of the media, to the detriment of quality. Conversely, giving legal rights and freedoms to journalist places them under an obligation to pay attention to the ethical issues of their profession⁵⁵⁴”.

Si sólo confiamos en la sanción coercitiva o legal corremos el riesgo de llenar los juzgados de demandas innecesariamente. Se requiere de una transformación profunda que, como dicen Balsey y Chadwick, obligue a poner la atención en los asuntos éticos de la profesión.

Aaron Quinn da más argumentos sobre la importancia de una ética basada en la virtud en la formación del carácter profesional del periodista⁵⁵⁵. En primer lugar, dice que tener un buen –o mal- carácter a la larga supone desarrollar un hábito. Y dado que en el trabajo periodístico con frecuencia no hay tiempo suficiente para reflexionar en profundidad, por la exigencia de rapidez que los tiempos de la información impone, un profesional que ha desarrollado buenos hábitos probablemente podrá tomar mejores decisiones rápidamente. En segundo lugar, arguye Quinn, es preferible un buen carácter profesional que confiar en seguir un listado de normas. Además de que con una moral basada en el carácter no es tan fácil caer en manipulaciones externas. Se hace cargo de la dificultad que puede plantear el discernimiento entre virtudes a la hora de aplicarlas y de los conflictos que pueden presentarse, pero asume que no es un problema que se dé sólo en la ética de la virtud. De ahí la necesidad de desarrollar el ideal regulativo para el periodismo, que especifique el modo en que un buen periodista modelaría su comportamiento para adaptarse a su rol⁵⁵⁶. Para ello es indispensable reflexionar sobre qué es ser un buen periodista, reflexión que se ve alimentada desde diversas fuentes. En este sentido Quinn destaca la importancia de la propia experiencia laboral y de la observación

⁵⁵³ ROMÁN, B: “Los retos de la ética en el nuevo milenio”. Op.cit. p. 313.

⁵⁵⁴ BALSEY, A, and CHADWICK R: Op.cit. p. 465.

⁵⁵⁵ QUINN, A: Op.cit. p. 169.

⁵⁵⁶ *Ibidem.* p. 179.

de un periodista ejemplar, es decir, de buenos ejemplos, de referentes. Resulta así indispensable recuperar las virtudes más allá de los valores.

Cabe destacar la relevancia que Quinn otorga a la necesidad de deliberar sobre lo que es ser un buen periodista y sobre el rol del periodismo en la sociedad. Asimismo, insiste en la importancia de la comunidad profesional y de la sociedad civil. De la primera se extraen los ejemplos, aquellos periodistas virtuosos que nos hacen pensar en el profesional que queremos ser; de la segunda obtenemos la retroalimentación sobre el rol que se le atribuye al periodismo y lo que la sociedad piensa de él. Una vez más se nos insta a hacer una reflexión que clarifique tanto el rol del periodismo como la función del periodista para que el conflicto ético nos pille con la reflexión hecha y no nos deje en jaque.

Balsey y Chadwick , en su artículo *“Ethics as a vehicle for Media Quality”* describen algunos aspectos que hacen indisoluble la relación entre ética y periodismo de calidad y abordan las posibilidades de “la ruta ética” y de “la ruta legal”. En primer lugar, explican que la noción de competencia profesional incluye la capacidad de desplegar herramientas éticas. Por ejemplo, buscar información verdadera, competencia básica del periodismo, requiere de honestidad, de integridad, de tenacidad y de otras cualidades éticas que también son parte del periodismo. En segundo lugar, Balsey y Chadwick afirman que no todo lo legalmente publicable lo es desde el punto de vista moral: aunque la ley se cumpla, siempre habrá un análisis ético que hacer⁵⁵⁷. Y aquí se encuentra el rol de los periodistas virtuosos, harán uso de esas virtudes en la selección de los temas, a la hora de reportear, en la relación con las fuentes, en la forma en que presenten los temas, etc. El periodista virtuoso será aquel que despliega unas virtudes, pero que previamente ha reconocido la importancia de adquirirlas y se ha educado y formado para ello:

“The virtuous journalist will display a commitment to many virtues, including fairness, accuracy, honesty, integrity, objectivity, benevolence, sensitivity, trustworthiness, accountability and humour. More important, though, than a list of specific virtues is virtue: the virtuous journalist is one who has a virtuous character, one who therefore has a disposition to act virtuously not only in familiar but also in novel situations. It is in this sense that the competent journalist is the virtuous journalist and is also the journalist with a commitment to quality”⁵⁵⁸.

En este listado hay, a nuestro parecer, desequilibrios. Si se es justo y objetivo se será preciso, pero la benevolencia, al igual que el humor, aunque nos parecen cualidades deseables no son indispensables para ser un profesional excelente. Agregaríamos sin lugar a dudas la prudencia, la sabiduría práctica de escoger lo mejor.

⁵⁵⁷ BALSEY AND CHADWICK: Op.cit. p. 466.

⁵⁵⁸ Ídem.

Revisar los valores de la profesión es una tarea pendiente, requieren por una parte de actualización y, por otra, de ponderación sobre la forma de transformarlos en virtudes en el marco del trabajo de los medios porque, como decíamos páginas atrás, en cualquier profesión deben existir tanto valores como instituciones que los promuevan⁵⁵⁹.

Definir a las instituciones que hagan esa promoción es otra tarea pendiente. Y dado que muchas veces se descubre el valor de las cosas cuando las estamos perdiendo, una buena forma de orientar la reflexión en torno a los valores del periodismo será preguntarnos por lo que hemos perdido en el camino; ¿hay algo que echemos en falta? ¿qué valor ha sido reemplazado y por qué?

En definitiva, tanto los valores como las virtudes enriquecen las posibilidades del periodista de enfrentarse a conflictos éticos en el ejercicio de la profesión, para lo cual el profesional debe estar preparado. La vida profesional está llena de conflictos, de situaciones que nos ponen en encrucijadas que tenemos que dirimir diariamente. En el caso del periodista éste se enfrenta con demasiada frecuencia a conflictos de intereses, entre los intereses propios de la profesión y los extra informativos, o cuando se produce un enfrentamiento interno. Y ello en unas coordenadas temporales aceleradas que exigen especial destreza que sólo las virtudes permiten.

Para orientarnos en este tema nos parece muy adecuada la distinción hecha por Román entre conflicto y dilema. Conflicto de intereses es una situación en donde se produce un enfrentamiento entre mis deseos o metas y los deseos o metas de otra persona y la manera de gestionarlos consiste en enfrentarse a esa diferencia a través de la argumentación, de dar razones de los propios intereses. Cabe recordar que no todos los intereses son legítimos y esto es algo que también debe quedar claro en la argumentación.

Por su parte, los dilemas “son conflictos entre dos valores igualmente éticos, pero esta vez la solución pasa por dirimir qué derechos van a ser priorizados y por qué. Mientras que en el conflicto se apelaba a intereses más o menos legítimos, en los dilemas hablamos de demandas, de exigencias morales⁵⁶⁰”. En el ejercicio del periodismo continuamente se toman decisiones que inciden en el resultado final: la fuente utilizada, la pregunta hecha u omitida, el enfoque dado, el dato excluido de la nota, etc. El solo hecho de la publicación de una información que hasta entonces no era pública tendrá unas consecuencias y todo ello generará conflictos y dilemas que dirimir no sólo a nivel profesional sino también de la organización. De ahí la importancia de crear los Comités de Ética al interior de los medios.

⁵⁵⁹ BRIEN, A: Op.cit, p. 404.

⁵⁶⁰ ROMÁN, B: “Ética de la virtud para la bioética clínica: hábitos, excelencia y conciencia de pertenencia”. Op.cit. p.62-74.

Condiciones de posibilidad de un periodismo de calidad

Con frecuencia se encuentran referencias a las condiciones de posibilidad de la información. No obstante, no se hallan tantas referencias a las características que hacen posible el periodismo de calidad. Estamos de acuerdo con Román cuando dice que la ética deontológica alude a los mínimos de la profesión, pero si en el quehacer cotidiano el profesional se limita a eso,

“(...) la eficiencia del trabajo -que es un deber- se reduciría al cumplimiento de los mínimos, siempre necesarios, mas siempre insuficientes. El trabajo excelente demanda el máximo del profesional: vocación, placer, pasión, algo aconsejable pero nunca exigible⁵⁶¹”.

Asimismo no podemos olvidar la comunidad en torno a la cual se desarrolla el profesional. Ya Aristóteles decía que la virtud es relativa a cada uno, a las propias posibilidades que hay que detectar y llevar a su máximo posible. Pero ese desarrollo será a su vez impulsado por la retroalimentación que la comunidad profesional nos dé. De ahí la importancia de que desde la profesión se den pautas –premios al periodista del año, al mejor artículo o reportaje, reconocimientos profesionales, instancias de reflexión y autocrítica, tales como seminarios o congresos profesionales, etc.-; no es adecuado que toda la retroalimentación provenga de las cifras del mercado: dentro de la propia profesión hay información relevante acerca de ella misma.

La profesión debe estipular las condiciones de posibilidad de un trabajo excelente, así como la manera de transmitirlos y de resguardarlos. A continuación revisaremos las que creemos son las condiciones de posibilidad de un periodismo de calidad, siguiendo las normas de la acción comunicativa que hemos visto en Habermas. Mientras las condiciones de la información nos remiten al mensaje, las del periodismo se refieren al periodista en tanto profesional virtuoso y apelan a los máximos de la profesión que antes mencionábamos.

Inteligibilidad, verdad, rectitud y veracidad

El modelo de medios de comunicación que se desprende de la propuesta habermasiana nos parece el más adecuado para responder a la función democratizadora que éstos tienen. Es por esto –y por todo lo dicho en las páginas precedentes- que comenzamos el listado de condiciones de posibilidad de un periodismo de calidad con las cuatro pretensiones de validez de cualquier discurso.

Las cuatro pretensiones de validez en el sentido habermasiano son aplicables a cualquier discurso comunicativo: que sea inteligible, entendible de modo que efectivamente sea

⁵⁶¹ ROMÁN, B: “Los retos de la ética en el nuevo milenio”. Op.cit. p. 323.

información; que se haga con rectitud y estructuración del discurso (en este aspecto intervendrán otras condiciones de posibilidad que detallaremos más adelante). Quisiéramos hacer algunas precisiones respecto de la verdad y de la veracidad a la luz de las particularidades del trabajo periodístico.

La verdad alude al contenido de lo que se dice, y la veracidad guarda relación con la formulación de lo dicho. En ocasiones la prensa se conforma con la “veracidad”, entendida como la buena intención en la búsqueda de la verdad de los hechos. Pero en el caso de la información la veracidad no es una alternativa a la verdad: si la información es veraz mas no verdadera, no es información. En este sentido decimos que la verdad es condición de la información, sin aquella no se produce ésta.

Corroborar los hechos y hacer bien el trabajo aseguran que se satisfaga la condición de verdad. Por su parte, la veracidad es la intención de verdad que dependerá de la persona que la propone, en tanto “correspondencia de lo que se dice con quien lo dice⁵⁶²”. No se puede abdicar de un concepto de verdad en el trabajo del profesional de la información. De nuevo siguiendo al filósofo Harry Frankfurt, por ahora nos basta con acordar la importancia y el valor de la verdad, con independencia de su definición o la experiencia de encontrarla⁵⁶³.

Ausín y Peña explican que hay dos deberes de veracidad⁵⁶⁴: el negativo, que implica no decir falsedades cuando uno sabe, o cree saber, que lo son y el positivo, que significa decir verdades, o lo que uno cree que es verdad, en ciertos casos. Además agregan que “La veracidad se refiere no tanto a total exactitud, sino a una cabal aproximación o tendencia hacia la recta averiguación y transmisión de los hechos (...)”⁵⁶⁵. En este sentido, el silencio no siempre es lícito y para el periodista es imperativo contrastar fuentes.

La veracidad es imprescindible pero no puede remplazar o ser considerada alternativa al deber de verdad; no podemos conformarnos con tener la intención de encontrar e informar hechos verdaderos o con presentarlos de manera verdadera. Habrá excepciones en que, por lo delicado de una información y/o de una situación puntual, se dé a conocer una información que no está del todo comprobada. Tal es el caso de situaciones de catástrofe, por ejemplo, en que, aunque no se pueda contrastar como habitualmente, se podrá advertir sobre el estado de carreteras o la situación que atraviesa el país. Pero es crucial que en estos casos se advierta que, por tratarse de una situación extrema y de excepción, se está dando a conocer el resultado de

⁵⁶² FERRATER MORA, J: Op.cit, p. 3395.

⁵⁶³ FRANKFURT, H: Op.cit. p. 17.

⁵⁶⁴ El artículo 20.1.d de la Constitución Española (CE) reconoce el derecho a dar y recibir libremente información veraz. A su vez, la veracidad como deber profesional se recoge tanto en el artículo 13 del Código Deontológico de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE) como en los artículos 4 y 13 del Código Europeo de Deontología del Periodismo.

⁵⁶⁵ AUSÍN, T. y PEÑA, L: “El deber de veracidad”, en *Palabras e pensamientos: una perspectiva analítica*, Universidad de Santiago de Compostela, 2003:443-453.

indagaciones veraces advirtiéndolo sobre las dudas que se tienen. Pero serán eso, casos excepcionales, no la regla de funcionamiento de la prensa.

Hay ocasiones en que, aludiendo a la verdad de unos hechos o de unas opiniones, la prensa justifica la emisión de casi cualquier tipo de contenido. En estos casos la verdad se enfrenta a la libertad de expresión –de aquellos que quieren dar a conocer la información- y al derecho de los ciudadanos a recibirla. Ambos, la libertad de expresarse y el derecho a estar informado están limitados cuando se trata de proteger otros derechos de las personas, como el derecho a la propia imagen, a la intimidad, a la vida privada, al honor y a la honra. También cuando se trata de asuntos de relevancia para el bien común, como la seguridad nacional, el terrorismo, las catástrofes naturales, o de dar especial protección a colectivos o temas que así lo requieren (menores, minorías, tratamiento del dolor, etc.)⁵⁶⁶.

Todos los temas anteriores requerirían de una consideración especial –sobre todo la protección de la intimidad, vida privada, honor y honra, y la confidencialidad, por tratarse de derechos cuya vulneración se ha transformado en la norma en muchos medios de comunicación. Las transformaciones tecnológicas y sociales suponen nuevos desafíos también para estos límites. En este sentido creemos oportuno considerar un nuevo límite al derecho de los ciudadanos y a la libertad de los comunicadores: la multiculturalidad. No es objeto de este trabajo desarrollar este tema, pero sí nos parece importante consignar que la pacífica convivencia de diferentes culturas exige un tratamiento informativo adecuado⁵⁶⁷.

Los hechos no pueden ser transmitidos como “hitos” aislados⁵⁶⁸, requieren de un relato que los contextualice y ponga en relación. Sólo de esa forma la información realmente cumplirá su objetivo de ser útil para tomar decisiones en sociedad, de lo contrario, sólo conseguiremos alarmar con el bombardeo informativo de hechos sin contexto ni explicación. En este sentido, la multiculturalidad supone el esfuerzo de dar cuenta ya no sólo del hecho, sino también del contexto cultural en el que se produce, así como de las interpretaciones y significados que en ese contexto merecen. Sólo así no percibiremos como una amenaza las informaciones sobre contextos culturales distintos a los propios.

Ausín y Peña hablan de los límites externos e internos del derecho a recibir información veraz⁵⁶⁹. Los límites externos estarían determinados por la colisión con otros derechos también

⁵⁶⁶ Para una revisión de documentos referidos a la protección de algunos de estos temas véase: AZNAR, H: *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales*, Paidós, Barcelona, 2005.

⁵⁶⁷ En un mundo globalizado como el actual las diferencias culturales exigen un rigor y una formación mayor, así como ampliar los límites del derecho y de la libertad. Ejemplos como la publicación de la caricatura de Mahoma en un periódico danés o la transmisión de un programa automovilístico de la BBC en el que en enero de 2011 se calificó un coche fabricado por ingenieros mexicanos según «características nacionales» tales como «flojo», «holgazán», «flatulento», «durmiente», evidencian esta necesidad.

⁵⁶⁸ La explicación de la necesidad de hilos que unan los hitos y los hagan próximos se encuentra en ROZAS, E: “La noticia y lo cotidiano”, en *Cuadernos de Información* n° 8, 1993, Pontificia Universidad Católica de Chile, p. 18.

⁵⁶⁹ AUSÍN, T. y PEÑA, L: Op.cit.

consagrados por la Constitución –como sucede con los ya mencionados derecho al honor, derecho a la intimidad, etc.- La manera de afrontar esa colisión no puede sino ser la evaluación ética adquirida en la formación deontológica y el desarrollo de un espíritu crítico que permita decidir. Asimismo, es relevante que durante el proceso de formación del periodista se revise la consignación de dichos derechos en la Constitución, para apreciar su relevancia jurídica y ética. Todas las fricciones entre derechos que se producen en el trabajo periodístico ponen en evidencia la necesidad de una ética de la responsabilidad que sostenga la función democratizadora de los medios de comunicación social.

Por su parte, los límites internos se manifiestan en aquellas ocasiones en que el interés de las personas por ser informadas sería menor que un interés común razonable de que no se facilite tal información. Se refieren pues a situaciones excepcionales como las que mencionábamos antes: estado de guerra, catástrofes naturales, terrorismo; son situaciones en que el derecho a recibir información se ve limitado por un bien común mayor, la seguridad de las personas.

Objetividad

Entendemos por objetividad la actitud del periodista en la búsqueda de la información. Dicha actitud consiste en acercarse a los hechos sin la previa intención de hacer otro uso de ellos que no sea darlos a conocer, siendo consciente constantemente de la necesidad de dejar de lado todos aquellos intereses u objetivos extra informativos. Y en estas condiciones, narrar, detallar, contrastar o incluso valorar, en el caso del periodismo de opinión. Por ello hablamos de una actitud, en este caso una virtud del profesional que nada tiene que ver con la neutralidad, porque es el periodista con sus ideas, su historia y sus circunstancias el que se aproxima a los hechos. No obstante, la objetividad por sí sola no asegura un periodismo de calidad.

El diccionario de la Real Academia de la lengua española nos dice que la objetividad es la cualidad de objetivo, de ser objetivo. En el caso de objetivo, nos interesa comentar las cuatro primeras acepciones dado que son adjetivos, por tanto cualidades atribuibles, en nuestro caso, a la información y/o al periodista. Las cuatro acepciones son las siguientes:

- 1.- “Perteneiente o relativo al objeto en sí mismo, con independencia de la propia manera de pensar o de sentir”.
- 2.- “Desinteresado, desapasionado”.
- 3.- “Que existe realmente, fuera del sujeto que lo conoce”.
- 4.- “Dicho de un síntoma: que resulta perceptible”.

La primera definición queda fuera del significado pragmático que le queremos dar como condición del periodismo de calidad, porque no se puede afirmar que los periodistas sean capaces de dar cuenta de los hechos con independencia de la propia manera de pensar o de sentir. Tampoco nos interesa el cuarto significado que apela más al mundo de la medicina o de

las evidencias. No obstante, las acepciones dos y tres sí que nos parecen orientativas, porque la número dos define la actitud que debe tener el periodista para enfrentarse a los hechos: investigarlos y luego darlos a conocer desinteresadamente. Por su parte, la tercera definición nos interesa parcialmente puesto que se refiere a la existencia de unos hechos fuera del sujeto que conoce, que pueden ser materia prima para la información, ya sea en tanto hechos o como inspiradores de ideas u opiniones, pero no alude a la actitud que se espera del periodista como condición del periodismo de calidad.

Aunque durante mucho tiempo hubo en el periodismo una especie de culto a la objetividad, como si ella por sí sola garantizara un periodismo de calidad, es importante subrayar que la objetividad es un requisito necesario pero no suficiente para la verdad en la información, además es imprescindible la excelencia profesional. La idea de la objetividad en periodismo ha estado presente desde sus orígenes y su definición ha sido un tema importante, particularmente en Estados Unidos. En la década del '30 se produce el primer rechazo a afirmaciones de objetividad provenientes de la academia, y lo hacen Luce y Hadden cuando crean en 1923 la revista *Facts*, que al poco tiempo pasó a llamarse *Times*, y que propuso como línea editorial no entregar el dato –tanpreciado por la objetividad–, sino centrarse en el contexto⁵⁷⁰. Fue el primer gran cambio de significado de la objetividad que, en cualquier caso, pretendía lograr la comprensión de la realidad social por parte del ciudadano. A partir de entonces se han producido diversos debates y nuevas aproximaciones al concepto periodístico de objetividad, pero siempre se ha planteado como una actitud del profesional indispensable para cumplir con la función de informar, de entregar de forma sencilla algo que puede resultar complejo.

Si consideramos la distinción que hace Norbert Bilbeny, podríamos decir que el periodismo busca objetividad en el plano axiológico:

“En el plano de lo ontológico, el de la realidad, lo objetivo es la cualidad de lo que existe con independencia de nuestra observación. En el epistemológico, o del conocimiento, es la cualidad de lo que constituye una representación fiel de un objeto o de lo que es un juicio claramente relativo a este, no al sujeto que juzga. Y en el plano axiológico, el de lo valorativo, es la cualidad de lo que se opone al prejuicio o la toma de partido a la hora de valorar las cosas⁵⁷¹”.

⁵⁷⁰ Para ver una revisión de la evolución del concepto de objetividad en la prensa de Estados Unidos véase LECAROS, M.J: “Una mirada ética en torno al pluralismo, la objetividad y la información” en *Veracidad y objetividad, desafíos éticos en la sociedad de la información*, Congreso 2002.

⁵⁷¹ BILBENY, N: *Ética del periodismo. La defensa del interés público por medio de una información libre, veraz y justa*. Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona 2012, p. 91.

La actitud que se le exige al periodista no es sino una disposición interior de informar en justicia de lo ocurrido⁵⁷². Desde la filosofía hemos aprendido que todo es interpretación aunque no toda interpretación es válida. El periodista tiene que remitirse a dar cuenta de los hechos sin dejar que intereses externos, como la conveniencia del anunciante, el interés del político de turno, o las convicciones personales del dueño del medio de comunicación, incidan en la exposición de lo ocurrido. Los hechos son sagrados, aunque puedan existir muchas interpretaciones, pero no todos los hechos son noticia. La sola selección de aquel hecho que sí lo es tiene un contexto determinado y dicha selección, así como la interpretación, serán pertinentes según el contexto, primero el del periodista pero luego también el del público. Por eso podríamos hablar en periodismo de hermenéutica de los contextos, que debe ser crítica. Es en este sentido que no abandonamos la objetividad y la consideramos condición de un periodismo de calidad.

Autonomía e independencia

Aunque se trata de conceptos distintos, con frecuencia se entienden como sinónimos⁵⁷³. Esto sucede porque se trata de dos condiciones del trabajo profesional fundadas en la libertad del profesional, pero la autonomía se vincula con la libertad interior, en tanto la independencia tiene que ver con la capacidad de ejercer la propia libertad respecto de presiones ajenas.

La palabra autonomía viene del griego *auto*, que se traduce como sí mismo, y de *nomos*, ley. A su vez *nomos* viene del verbo *némo*, que significa repartir y pastorear, es decir, guiar a los animales a pastar. Autonomía se refiere a la posibilidad de gobernarse a sí mismo, de “autopastorearse”. En palabras de Kant, se trata de autodeterminación, para él la autonomía de la voluntad es el principio supremo de la moralidad: “No elegir sino de tal modo que las máximas de la propia elección estén comprendidas a la vez en el mismo querer como ley universal⁵⁷⁴”.

Carlos Santiago Nino considera que el principio de autonomía remite a dos aspectos diferentes: el primero consiste en valorar positivamente la autonomía de los individuos en la elección y materialización de planes de vida, o en la adopción de ideales de excelencia que forman parte de la moral autorreferente y que están presupuestos por dichos planes de vida. Esta concepción puede ser considerada como parte de la autonomía en el sentido de Kant. El segundo aspecto consiste en vedar al Estado y a otros individuos que interfieran en el espacio de esa

⁵⁷² Aaron Quinn propone dos virtudes primordiales para el periodismo: la justicia y la integridad. Se refiere a la justicia precisamente como una actitud de neutralidad para abordar los hechos e informar sobre ellos. Cfr. Quinn, Aaron: “Moral virtues for journalists” en *Journal of Mass Media Ethics*, 22(2&3), 168-186, 2007.

⁵⁷³ GONZÁLVEZ, V. y LOZANO, J.F: Op. cit, p. 54.

⁵⁷⁴ KANT, E: *Fundamentación de la metafísica de las costumbres*, Ariel, Barcelona, 1996, p. 211.

autonomía⁵⁷⁵. Sin embargo, esta última acepción presupone a la primera como ausencia de intromisión, aun cuando hay quienes insisten en considerarlos como aspectos independientes. La manera de entender la autonomía de Nino nos recuerda otra vez la distinción que hace Isaiah Berlin de libertad⁵⁷⁶; la libertad negativa sería una forma de libertad política en la cual el individuo actúa sin interferencia, sin coerción (como el segundo aspecto de la autonomía de Nino); y la libertad positiva, deriva del deseo del individuo de ser instrumento de sí mismo y no de la voluntad de otros.

El trabajo periodístico requiere que el periodista sea autónomo por una parte, e independiente por otra. La independencia implica no ser ni sentirse dependiente de algo o alguien, mientras que la autonomía es independencia más autodeterminación. En el caso del trabajo profesional se espera que esa autodeterminación se traduzca en optar por la mejor manera de hacer las tareas profesionales, es decir, hacer periodismo de calidad, de excelencia.

Por su parte, la independencia es la capacidad de no dejarse afectar por las presiones que vendrían desde “fuera”, es decir, desde el mismo medio, desde el poder político, desde las empresas que pagan por poner publicidad en los medios, de las fuentes, etc. Para hacer frente a éstos es que habría que ser independiente, para obtener como resultado un trabajo que asegure que la información que se entrega no está teñida, al menos de manera consciente por parte del profesional, de otras intenciones.

Pareciera que existen ciertas presiones “asumidas” por los profesionales, de las cuales habría que advertir durante la formación a los futuros periodistas, como reconocen Vicent González y J. Félix Lozano:

“Dada la estructura jerárquica o de propiedad existente en la mayoría de empresas de información y la comunicación, es difícil que un trabajador resista la presión para hacer valer sus convicciones éticas. Su autonomía ética como profesional se ve oscurecida constantemente, relegada a segundo o tercer plano ante la prevalencia de criterios ajenos al espíritu y la función social de su acción, aunque no esté demasiado claro cuál sea su espíritu o su responsabilidad social. No son éstos (la función y responsabilidad social del trabajador de los medios) temas fundamentales, asignaturas troncales en los estudios de comunicación audiovisual, al menos en los planes de estudio vigentes en nuestro país⁵⁷⁷”.

La falta de independencia y autonomía es un tema que preocupa al interior de las escuelas de periodismo y ha impulsado el desarrollo de investigaciones que esperan lograr cuantificar el

⁵⁷⁵ NINO, C. S: *Ética y derechos humanos: un ensayo de fundamentación*, Ariel, Barcelona, 1989, p. 229.

⁵⁷⁶ BERLIN, I: *Four essays on liberty*, Oxford University Press, Gran Bretaña, 1979. p. 122 y p. 131.

⁵⁷⁷ GONZÁLEZ, V. y LOZANO, J.F: Op.cit, p. 58.

grado de independencia existente y su relación directa con un periodismo de calidad⁵⁷⁸. Sin duda alguna la información teñida por intereses y/o intenciones que van más allá de los de la propia información deslegitima el trabajo profesional que hay detrás, por ello la independencia es condición necesaria pero no es suficiente para asegurar la excelencia profesional, pues necesita de la autonomía, que suele ser considerada como rasgo esencial de la profesionalidad del periodismo.

Según explica María José Lecaros, las profesiones tienen una autonomía externa –que se concreta al determinar los propios modos, límites y contenidos de la profesión-, y los profesionales, una autonomía interna, que consiste en una cierta libertad para elegir el mejor modo de actuar según los límites, modos y contenidos establecidos por la profesión, dado que “no hay un único modo de actuar y en esto consiste la autonomía interna de los profesionales dentro de una misma profesión⁵⁷⁹”.

La sociedad le supone a los periodistas libertad al interior de la propia profesión, y se espera que se vea reflejada en esa mejor manera de hacer las cosas (excelencia, *areté*). El público no quiere una receta fija, un modo único de actuar por parte de los profesionales: quiere cada vez la mejor de las acciones posibles, y es por esto que exige para cada periodista esa libertad⁵⁸⁰. Hay, por tanto, una profunda relación entre autonomía y profesionalismo.

Vicent González y J. Félix Lozano plantean el siguiente interrogante:

“Cuando se habla del prestigio perdido de los trabajadores de la información y, en general, de la comunicación, ¿se habla de un colectivo que se resiente en su autonomía, forzado a desentenderse de los bienes internos de su profesión? ¿Se habla de su renuncia a los principios de un código con el que no se sienten identificados ni sobre el que puedan intervenir de ningún modo?”⁵⁸¹”

Pareciera que la eventual pérdida de prestigio tiene que ver con falta de independencia y con falta de autonomía, la cual es relevante en tanto que afecta la credibilidad del profesional, del medio y de la profesión. Aún cuando la independencia estuviese asegurada, si la prensa

⁵⁷⁸ Como parte de su tesis doctoral, María Elena Gronemeyer realizó en Chile una encuesta a nivel nacional a periodistas y editores, que fue complementada con entrevistas en profundidad y discusiones grupales, con el objetivo de medir e interpretar la percepción que tienen los profesionales respecto de su propia autonomía e independencia en el trabajo. Gronemeyer constató una dosis de inseguridad y de conformismo, en desmedro de valores que se consideran fundamentales, y concluyó que se necesita formar profesionales que sepan valorar su autonomía y que estén preparados para hacerse personalmente responsables de su desempeño Cfr. GRONEMEYER, M.E: “Periodistas chilenos: el reto de formar profesionales autónomos e independientes”, en *Cuadernos de Información* N° 15, Facultad de Comunicaciones PUC, Santiago, 2002.

⁵⁷⁹ LECAROS, M. J: “¿Quién controla la ética periodística?”, en *Cuadernos de información* N° 7, Facultad de Comunicaciones PUC, Santiago, 1991, p. 4.

⁵⁸⁰ *Ibidem.* p. 5.

⁵⁸¹ GONZÁLEZ, V. y LOZANO, J.F: *Op.cit.*, p. 54.

estuviese libre de presiones externas, no sería suficiente, puesto que el trabajo autónomo exige algo más: no se trata sólo de entregar la información sin el impedimento de “otros”, sino de entregarla de la mejor manera posible, en el momento propicio. Nos topamos entonces con la calidad, con la excelencia profesional y con las virtudes profesionales.

El reto de la credibilidad y la confianza

La credibilidad es una cualidad que se puede tener o bien carecer de ella, que se puede perder y recuperar. Se trata de un valor social que, una vez perdido, cuesta mucho trabajo recuperar porque se asocia con la confianza. La credibilidad, en cuanto cualidad de creíble es atribuible a una institución o a una persona, extensible a mensajes e ideas. Pensando en la prensa, se puede hablar entonces de institución creíble, así como del periodista creíble, y del resultado de su trabajo, la información creíble. Aunque, como hemos dicho, de la información más bien lo que se espera es que sea verdadera. La credibilidad permite que el público confíe en que determinado medio y/o profesional entregará la información veraz, a tiempo, etc. Pero el mensaje debe ser verdadero, o por lo menos creer que es altamente probable que lo sea, de acuerdo a las posibilidades que hubo de comprobación de los hechos, chequeo de fuentes, etc.

La credibilidad es una virtud que responde a un reconocimiento de los ciudadanos. Se es o no se es creíble y es una elección libre la que sustenta esta forma de ser que se traduce en un actuar determinado. En este sentido, podríamos decir que la credibilidad es consecuencia del trabajo periodístico porque el profesional libremente adquirió ese hábito, porque así lo quiso y lo demostró actuando en consecuencia. La confianza la entendemos como el resultado, como la respuesta de los ciudadanos ante la opción por la credibilidad, la veracidad y la verdad por parte de la prensa. Para la prensa el hecho de que sus mensajes sean creíbles por verdaderos es un valor esencial, y por ello condición de posibilidad de un periodismo ético.

A su vez la credibilidad es deseable desde el punto de vista del marketing –presente en todos los medios de comunicación, en tanto empresas-, que no se cansa de esgrimir que dicha credibilidad es parte del valor agregado de una empresa, sobre todo pues de ella se deriva la confianza y de ésta la “adhesión”, la compra o consumo. Tan importante es esto que es habitual ver en la prensa informaciones sobre la crisis de la credibilidad en las instituciones en general⁵⁸².

Las virtudes permanecen asociadas a contextos normativos sociales e institucionales en contextos históricos⁵⁸³. En el caso de la entrega de la información, se trate del contexto que se trate, a la verdad no se puede renunciar. Asimismo, aunque el contexto normativo social varíe o

⁵⁸² El centro de investigación sociológica (CIS) tiene de manera permanente una medición de la confianza de los consumidores. Asimismo, el periódico de circulación nacional El País publica trimestralmente un barómetro de confianza ciudadana que encarga a Metroscopia.

⁵⁸³ THIEBAUT, C: *Conceptos fundamentales*. Op.cit, p. 428.

el contexto histórico sea distinto, la credibilidad de la prensa es una virtud que no puede ser dejada de lado; de hacerlo se pone en riesgo la existencia de la prensa y con ella la satisfacción del derecho a estar informado.

Jürgen Habermas nos recuerda que las virtudes son disposiciones básicas que se le suponen, por una parte, y se les requieren, por otra, a los sujetos morales⁵⁸⁴. En este sentido, suponemos y requerimos la credibilidad de los medios de comunicación y de sus profesionales; la exigencia de credibilidad es inherente al papel de la prensa en la sociedad democrática plural.

De producirse la renuncia a la credibilidad, se echa por tierra la virtud que hace posible la confianza como resultado del trabajo bien hecho. Para los profesionales de la información la credibilidad se sitúa en el ámbito del deber, dado que se trata de una cualidad a la que no se puede renunciar, y en el de la virtud, en tanto debe ser un hábito producto de la repetición. Carlos Thiebaut diagnostica⁵⁸⁵ que en la actualidad se ha logrado por una parte que no se imponga el deber, haciendo creer que éste es relativo y, por otra, se ha impuesto la idea de que tampoco habría virtud, porque ésta sería imposible de alcanzar al depender de demasiados factores. De esta manera podemos concluir que se produce un traspaso de la carga moral del trabajo profesional y de su virtud a otros: como hay muchos elementos en juego, el profesional no podrá comprometerse ni hacerse cargo de la corrección. Y al hacerlo, al renunciar a la virtud y al deber, renuncia a la credibilidad.

Pluralismo y diversidad

La comunicación de masas es a la vez un fenómeno social y cultural: mientras la institución, la tecnología y la base económica y de poder forman parte de la estructura social, los contenidos son un producto cultural⁵⁸⁶. Y la diversidad de la cultura y de la sociedad debe estar reflejada en los medios, entre quienes trabajan en ellos y en los contenidos que producen. La diversidad y el pluralismo son utilizados en ocasiones como sinónimos y no lo son.

Según el diccionario, diversidad significa variedad, diferencia, gran cantidad de varias cosas distintas. En tanto que pluralidad significa gran número de algunas cosas, el mayor número de ellas. Por su parte, el pluralismo es un sistema mediante el cual se acepta o reconoce la pluralidad de doctrinas o posiciones. Nos interesa poner en relieve que el pluralismo es un sistema de reconocimiento formal de la pluralidad y que, a diferencia de la diversidad, ese número de cosas distintas debiera ser el mayor número posible de ellas.

Se habla de pluralismo informativo tanto en los contenidos como en la posesión de medios de comunicación, con el objeto de evitar la masificación de una sola línea editorial, y

⁵⁸⁴ *Ibidem*. p. 429.

⁵⁸⁵ THIEBAUT, C: "Virtud", en CORTINA, A: *10 palabras clave en Ética*, Editorial Verbo Divino, Navarra, 1994, p. 431.

⁵⁸⁶ MCQUAIL, D: *Introducción a la teoría de la comunicación de masas* Op.cit. p. 112.

eso no lo garantiza la mera diversidad. Cada vez que a la misma hora encendemos la televisión y en todos los canales nos encontramos con diferentes versiones del mismo programa, o cuando los titulares de los periódicos son los mismos, o las notas de Internet son simples reproducciones de cables de agencias, nos estamos enfrentando a una homogenización de contenidos.

Siguiendo esta diferenciación, al interior de los medios se espera que haya por una parte, diversidad en la programación, en áreas de interés y temas que los medios cubren (deportes, información económica, política, entretenimiento, etc.) y, por otra, pluralidad de voces que, a su vez, componen esa misma diversidad. La importancia de contar con esa pluralidad de voces radica en que, por un lado, los ciudadanos podrán formarse de mejor forma una opinión respecto a lo que sucede y tomar así decisiones informadas, y por otro, en que se será fiel a la realidad social, que es plural.

Los medios pueden mostrar una imagen sesgada de la sociedad y sus valores o ser el reflejo de la pluralidad que hay en ella⁵⁸⁷. La opción por la ideologización de la prensa -y con ella de las fuentes, de los temas, de los periodistas, etc.- se produce más durante las dictaduras, pero en ocasiones es una actitud que se conserva en algunas democracias. Si la prensa decide manipular la información u orientarla, se puede producir monopolio de las ideas, pero no sólo a través de la transmisión de ideologías concretas, sino también a través de la falta de diversidad en los contenidos.

El periodismo de calidad debería luchar diariamente por la defensa del pluralismo. En “Los retos de la ética en el nuevo milenio” Begoña Román explica las razones que hacen del pluralismo un valor ético:

“(...) porque respeta la autonomía de los agentes al permitir alternativas diversas de vida entre las que optar; porque, al ofrecer tales alternativas, fomenta las actitudes éticas de la crítica y el compromiso o testimonio responsable con la opción autónomamente asumida; porque, al coadyuvar en lo anterior, propicia la evolución de la conciencia moral de los individuos y de las sociedades (...) En definitiva, el pluralismo garantiza las moralidades auténticas y por ello es un valor ético ineludible”⁵⁸⁸.

Tanto diversidad como pluralismo son condiciones para el trabajo profesional periodístico porque son indispensables a la hora de dar cuenta del complejo entramado social, para informar “la verdad” que hay en la sociedad. Cuando la prensa es pluralista contribuye a

⁵⁸⁷ Ibídem. p. 140.

⁵⁸⁸ ROMÁN, B: “Los retos de la ética en el nuevo milenio”, Op.cit. p. 325.

sustentar el sistema democrático y a crear lazos sociales⁵⁸⁹. El valor del pluralismo radica en que reconoce las diferencias y la igualdad: se funda en aquello que nos une con las otras personas (la dignidad de ser persona) y en lo que nos distingue (opciones e ideas).

Siguiendo a María José Lecaros y concretando el tema en el ámbito estrictamente informativo, el pluralismo debería:

- a) Reducir la confusión de los ciudadanos respecto a la realidad social, de modo tal que se den hechos contextualizados haciéndose cargo de la pluralidad de opiniones y versiones legítimas de un mismo hecho.
- b) Enriquecer alternativas para tomar decisiones, no reduciendo la realidad por falta de excelencia en el trabajo o, mucho peor, direccionar las decisiones de los ciudadanos dando a conocer sólo las alternativas que al medio –o al poder que hay detrás de él- le interesa.
- c) Aumentar la libertad, porque sólo conociendo las reales opciones disponibles y los hechos ocurridos se tomarán decisiones en libertad.
- d) Acrecentar la capacidad de integración ya que, en la medida en que se conoce la diversidad existente, se podrá valorar su riqueza y formar verdadera comunidad.
- e) Crear lazos sociales, como consecuencia natural de formar parte de una comunidad en la que se valora a los demás en aquello que une y en lo que diferencia.

Lecaros explica que habría tres aspectos que colaborarían a aumentar el pluralismo informativo⁵⁹⁰:

- a) La igualdad en las condiciones de acceso (condiciones externas).
- b) Pluralismo en la propiedad y en la organización de los medios (condiciones internas del fenómeno informativo).
- c) Rutinas informativas consideradas “buenos períodos de prácticas profesionales”, como no recurrir siempre a las mismas fuentes, estar atentos a las distintas versiones de los hechos, pensar en alternativas para dar a conocer la información, etc.

Cabría agregar que, en concordancia con lo dicho hasta ahora, el pluralismo informativo aumenta si se forman periodistas virtuosos conscientes de la ética profesional y empeñados en informar para que las personas tomen decisiones en sociedad, puedan dialogar y formarse fundamentadas opiniones de lo que sucede.

⁵⁸⁹ LECAROS, M.J: “Una mirada ética en torno al pluralismo, la objetividad y la información” en Veracidad y objetividad, desafíos éticos en la sociedad de la información”, Congreso 2002, p. 57.

⁵⁹⁰ *Ibidem.* p. 58 y 59.

Responsabilidad

Al tema de la responsabilidad de la prensa se ha hecho mención en profundidad en las páginas precedentes, por tanto ahora sólo matizaremos o reforzaremos algunas ideas respecto al desafío ético desde la perspectiva profesional que supone y los motivos de que sea condición del trabajo periodístico de calidad. La prensa debería cuestionarse en estos tres niveles a) de qué y ante quiénes es responsable b) cómo rinde cuenta y c) qué sucede si no lo hace.

La primera vez que se mencionó la responsabilidad social de los medios de comunicación como institución fue en el Informe de la Comisión Sobre la libertad de prensa –también conocido como Informe Hutchins-, de financiación privada y realizado en 1947 en Estados Unidos. El Informe especificó que los medios debían asumir la responsabilidad social dado su papel en la vida política y social⁵⁹¹. Aunque el Informe tuvo gran repercusión para el trabajo mediático por la evaluación que se hacía de la libertad de prensa y de los “deberes” que su ejercicio conlleva, el tema de la responsabilidad social no se desarrolló en profundidad.

En la actualidad se suele hablar de la responsabilidad que tienen los medios pero no de cuál es su fundamentación ni de cómo se articula a través de la función democratizadora de los medios. Aquellas ideas y reflexiones que inspiraron el concepto de responsabilidad social mediática en 1947 han sufrido, cuando menos, algunas alteraciones por los cambios tecnológicos y sociales.

El Informe establece cuáles han de ser los criterios por los que tiene que guiarse una prensa responsable y afirma que la autorregulación es el método de resguardarlos, aunque reconoce que, de ser necesaria, se puede justificar la intervención del gobierno en última instancia⁵⁹². Los criterios que según la Comisión Hutchins guiarían a la prensa responsable son:

- a) Dar un relato que cumpla con los criterios de validez de cualquier discurso en un contexto que les dé sentido, es decir, información útil y que oriente.
- b) Constituirse como foro para el intercambio de ideas y discusión de las mismas, lo que sin lugar a dudas nos remite al concepto de opinión pública habermasiano y al corazón de la función democratizadora de los medios.
- c) Ser representativo de los grupos que hay en la sociedad.

El documento de la Comisión enumera los criterios que deberían guiar al periodismo responsable, que, aunque son válidos, requieren de actualización incorporando los desafíos que los cambios tecnológicos y sociales, así como la realidad mediática actual suponen. De lo contrario, parecen requerimientos para un súper periodista que no existe.

⁵⁹¹ MCQUAIL, D: *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Op.cit. p. 199.

⁵⁹² Véase <http://www.archive.org/stream/freeandresponsib029216mbp#page/n5/mode/2up>

La mayor influencia de la teoría de responsabilidad social de la Comisión Hutchins fue a nivel teórico. Dicha teoría la resume McQuail en los siguientes puntos⁵⁹³:

- Los medios tienen obligaciones hacia la sociedad y su propiedad equivale a un fideicomiso público.
- Los medios deben ser veraces, precisos, justos, objetivos y pertinentes.
- Los medios deberían servir de foro para las ideas.
- Los medios deberían ser libres pero autorregularse.
- Los medios deberían seguir códigos éticos y profesionales consensuados.

Por el contexto en el que nace este Informe, la mirada que se tenía de los medios era más la de una gestión pública que la de un negocio ilimitado y privado. No obstante, aun cuando la gestión sea privada, los medios tienen obligaciones con la sociedad y, por tanto, responsabilidad, más allá de la Responsabilidad Social Empresarial de cualquier empresa, precisamente porque la información es un bien social y no un producto o mercancía.

Se reconocen por tanto unos valores que deben orientar el trabajo, pero no se hace mención a que ellos se encarnen en unas virtudes ni de que éstas sean fundamentadas. El “paso” del valor a la virtud es fundamental: para dejar de teorizar no nos interesa sólo el valor de la justicia, nos interesa la virtud del periodista justo. Eso sin contar que el paso del tiempo hace indispensable una revisión de las mismas de acuerdo al contexto actual. Por otra parte, los medios son empresas libres, lo que no garantiza la independencia necesaria para el profesional, y existe la autorregulación pero no está siendo suficiente para resguardar la correcta satisfacción del derecho a estar informado.

Los códigos deontológicos nacieron consensuadamente pero no son conocidos ni considerados para hacer una evaluación de su cumplimiento y contemplarlos en la rendición de cuentas. Cabe preguntarse qué significa exactamente que los medios sean “veraces, precisos, justos, objetivos y pertinentes”; son todas cualidades atribuibles al actuar de personas, periodistas en este caso, y que parecen describir a Clark Kent, un superhéroe escondido detrás de un periodista, más que a un simple periodista sin la capa ni los poderes de *Superman*. Finalmente, resulta confuso que se mezclen cualidades o exigencias que son exclusivas del medio -como que sirvan de foro-, de aquellas que son exclusivas de los periodistas –la necesidad de autorregularse-, de aquellas que medio y periodista comparten -como la de ser libres-.

Con frecuencia se menciona la responsabilidad de los medios de comunicación en tanto que contrapoder, porque informan a los ciudadanos y porque colaboran en la conformación de la opinión pública. También se alude a la responsabilidad si se considera la teoría de los medios de

⁵⁹³ Ídem.

comunicación como factor de desarrollo de las sociedades⁵⁹⁴. No obstante, dicha teoría considera que el factor de desarrollo de los medios de comunicación se halla en su capacidad como motor económico y difusor de contenidos, pero no en su función democratizadora, verdadero motor de desarrollo cuando se lleva a cabo.

No repara en el desarrollo que los medios promueven por participar de la vida democrática y la consiguiente responsabilidad que tienen de colaborar a que ésta sea rica y diversa. Tampoco contempla la incidencia que los medios tienen en la comunidad, en la ayuda o no que puede prestar para derribar o consagrar prejuicios y estereotipos, para difundir determinada imagen de la mujer, de la violencia, de la inmigración y un larguísimo etcétera que va más allá de ver a los medios como meros motores económicos.

Otro documento de alcance internacional más reciente es el de “Principios internacionales de ética profesional del periodismo”, de la UNESCO de 1983 que, a diferencia del Informe Hutchins, menciona la responsabilidad social del periodista. Se distingue de la mayoría de códigos o recomendaciones porque éste no se refiere tanto a la libertad de prensa y sí menciona más derechos y responsabilidades. Establece diez principios que, en términos generales, se refieren a las mismas directrices contenidas en los textos anteriores de la UNESCO u otros documentos que pretenden servir de inspiración a los códigos nacionales y regionales. Brevemente, los principios anuncian los siguientes contenidos:

- El Principio I establece el derecho de la gente a la información veraz.
- El principio II dice que la dedicación del periodista tiene que ser a la realidad objetiva.
- El principio III reconoce la responsabilidad social del periodista.
- El principio IV explica que el papel social del periodista exige que la profesión mantenga los mayores niveles de integridad.
- El principio V se refiere al acceso público y participación en los medios, incluyendo el derecho a la corrección o a la rectificación y el derecho a la réplica.
- El principio VI versa sobre el respeto al derecho del individuo a la intimidad y a la dignidad humana. El principio VII explicita el respeto por el interés público.
- El principio VIII versa sobre el respeto por los valores universales y la diversidad de culturas.
- El principio IX insta al periodista a abstenerse de cualquier justificación para la incitación a las guerras de agresión y a la carrera de armamento, y el resto de las demás formas de violencia y otros grandes males que afligen a la humanidad, tales como la pobreza, la desnutrición y las enfermedades.
- El principio X reconoce el deber del periodista de promover el proceso de la democratización de las relaciones internacionales en el campo de la información, en

⁵⁹⁴ *Ibidem.* p. 145.

concreto y sobre todo, fomentando las relaciones pacíficas y amistosas entre los estados y la gente.

Sobre la responsabilidad dice el Tercer Principio:

“Information in journalism is understood as a social good and not as a commodity, which means that the journalist shares responsibility for the information transmitted and is thus accountable not only to those controlling the media but ultimately to the public at large, including various social interests. The journalist's social responsibility requires that he or she will act under all circumstances in conformity with a personal ethical consciousness⁵⁹⁵”.

El documento de la UNESCO de 1983 establece que la responsabilidad social es del periodista, no se refiere a la de los medios, de hecho todos sus principios son orientadores para el periodista. Afirma que la información es un bien social y no una mercancía y explica que la responsabilidad social del periodista requiere de una conciencia ética personal y cívica, pero sin hacer referencia a la deontología ni al trabajo de calidad.

COROLARIO DEL CAPÍTULO CUARTO. NIVELES ÉTICOS Y SU RELACIÓN CON EL PERIODISMO DE CALIDAD

Hemos podido ver que los retos éticos del periodismo de calidad, aquel que realmente ejerza su rol como agente democratizador, deben ser abordados desde cuatro niveles distintos con rasgos y exigencias diversos entre sí. El primer nivel, en el centro de la Figura Número 2, es el de la ética profesional y está determinado por las particularidades del periodismo (satisfacer un derecho humano y contribuir a la libre circulación de ideas y a la generación de opinión pública). En este caso las exigencias son las de fortalecer la formación de los profesionales tanto en la comprensión de la profesión como de su deontología. Luego está el nivel de la ética empresarial, donde será la empresa la que tendrá que tomar conciencia de lo que significa ser una empresa informativa y lo que esto implica para su responsabilidad empresarial y su relación con los diferentes *stakeholders*.

El tercer nivel es el del sector profesional, el de la comunidad de referencia, aquella que dota de referentes y ejemplos al profesional. La ética del sector debe sin lugar a dudas robustecer la autorregulación, pero al igual que el nivel dos, requiere de un apoyo jurídico que complemente la tarea, en ocasiones heroicas, que puede significar hacer periodismo de calidad.

⁵⁹⁵ Principle III: The journalist's social responsibility, *International Principles of Professional Ethics in Journalism*, en http://ethicnet.uta.fi/international/international_principles_of_professional_ethics_in_journalism

El cuarto nivel es el de la ética de la responsabilidad, paraguas de las anteriores porque pretende ser el marco ético orientativo y basado en la ética discursiva de Apel, tal como expusimos en el capítulo anterior. Tal vez la mejor manera de ilustrar estos niveles sea a través de círculos concéntricos, puesto que el corazón es la ética profesional pero se encuentra indisolublemente unida a los anillos que la suceden, amparados todos por un marco ético de la responsabilidad.

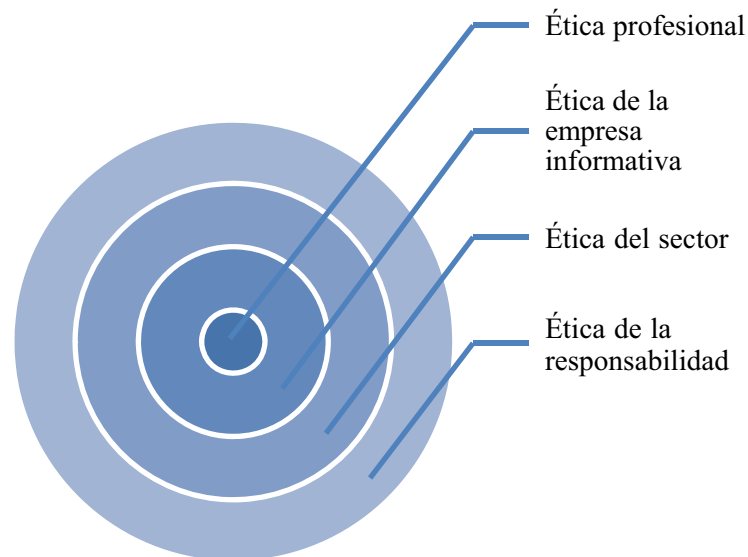


Figura Número 2: Niveles éticos

El profesional necesita “protección” para preservar su independencia y poder hacer un trabajo excelente, tanto como la empresa tiene que asumir su rol como actor social y dar respuesta a la responsabilidad que le cabe, más allá de los beneficios económicos. Finalmente, desde el nivel macro de la responsabilidad, el medio tiene que preservar la confianza para que su labor como actor democrático siga siendo válida.

CONCLUSIONES

Este trabajo comenzó con el objetivo de reflexionar sobre la función de la prensa en las sociedades actuales, su aparente deslegitimidad y la falta de confianza en su cometido. Por más que algunos se empeñen en hacer creer que los medios son o pueden ser sólo fuente de entretenimiento, más que nunca los ciudadanos requieren de información para tomar decisiones en sociedades cada vez más complejas, más tecnificadas, globales y multiculturales. Y esto no es un cliché: desde saber el pronóstico del tiempo, hasta conocer los propuestas de los candidatos a las siguientes elecciones, pasando por el valor del dólar, del euro o los efectos de la crisis económica en el precio del pan, todo es información necesaria para vivir en sociedad. Y aunque existan ejemplos de mala praxis en el periodismo que pueden hacer dudar de ella, la prensa tiene un rol clave que jugar en la vida democrática.

En relación a las preguntas que se plantearon al comienzo de la investigación podemos concluir lo siguiente:

Lo que otorga legitimidad a la actividad informativa es el derecho a la información, cuya satisfacción fue delegada por el ciudadano en el periodista. Históricamente este derecho ha permanecido en un segundo plano –así lo evidencia su escasa mención en documentos deontológicos- siendo la libertad de expresión la que ha acaparado la atención en relación a la necesidad de su protección y su relevancia para la vida en democracia. Y aunque la libertad de expresión es indispensable para la vida en democracia, incluso más allá del trabajo de la prensa, aquello que hace legítima la actividad informativa es el encargo que recibieron los periodistas de satisfacer el derecho a información de los ciudadanos. Se confirma que el derecho a la información no se satisface adecuadamente, a pesar de que la función encomendada a la prensa por la teoría liberal permanece intacta.

Fue necesario revisar el contexto en el que se produjo el encargo a la prensa de asumir la satisfacción del derecho a estar informado para contrastarlo con la situación actual y así lograr dar con las razones de la aparente deslegitimidad. Se observó que, tal cual está constituida la vida social, determinada por la tecnificación, la globalización y la multiculturalidad, los ciudadanos todavía más que en el siglo XIX necesitan de información para tomar decisiones.

La función de la prensa sigue intacta pero necesita ser “rescatada” y reposicionada. Por ello se revisó la genealogía de la prensa buscando en los orígenes el encargo que recibió de la teoría liberal en el siglo XIX y se repasaron las advertencias de Tocqueville y las preocupaciones expuestas por Mill para ver si son parte de los problemas de la prensa hoy en día. Desde el comienzo se pretendió que la prensa fuese rentable, la diferencia respecto de hoy radica en que esa rentabilidad se buscaba para mejorar el trabajo periodístico, no para aumentar

las ganancias de los propietarios. También desde los orígenes la prensa tuvo que lidiar con el poder: no en vano fue llamada el cuarto poder en el intento por equilibrar y fiscalizar a los otros tres (ejecutivo, legislativo y judicial). Se constató que, de la misma manera en que Alasdair MacIntyre propuso en “Tras la virtud” que las virtudes están basadas en categorías judeocristianas que ya no tienen la misma vigencia, la prensa conserva categorías morales de la prensa liberal que hoy no tienen el mismo significado. Se verificó, por tanto, que no hay deslegitimidad sino unas categorías morales que requieren de reinterpretación. Lo que ha cambiado significativamente son los significados de las categorías con las que se interpreta el trabajo de la prensa. Era necesario encontrar una fundamentación adecuada a las nuevas exigencias desde donde interpretar el rol de la prensa hoy y las categorías morales desde las cuales se descifra.

Los pasos a seguir fueron, por una parte, buscar una interpretación de las categorías morales de la prensa adecuadas a las exigencias del ciudadano de hoy, y por otra, profundizar en la mala praxis e indagar posibilidades de subsanarla. En la búsqueda por nuevas categorías de interpretación de la función de la prensa se revisaron las propuestas de Richard Rorty y de Jürgen Habermas por tratarse de dos planteamientos contemporáneos que representan dos paradigmas importantes (el pragmatismo y la modernidad crítica, respectivamente), muy distintos pero ambos defensores de la democracia. Rorty defiende la democracia pero deja sin fundamentar la función que le atribuye a la prensa, y al hacerlo queda también sin definición la manera de cumplir con dicha función. Pasa por alto el vínculo que hay entre el “correcto” funcionamiento de la prensa y el funcionamiento de la democracia, y al no especificar cuál es la tarea concreta de los periodistas queda aún más deslavada la responsabilidad que tienen tanto ellos como la empresa informativa.

Sobre la función atribuida a la prensa pesa también el lugar que Rorty da a la contingencia: afirma que no tiene sentido pensar en algo más allá de lo que somos capaces de explicarnos hoy en un contexto dado y la información que otorga la prensa precisamente intenta que los ciudadanos puedan explicarse situaciones más allá de su entorno directo o del contexto que conocen. Bajo la perspectiva rortiana toda definición o acuerdo será pues transitorio debido a la contingencia histórica, lo que excluye la posibilidad de alcanzar acuerdos en sociedades heterogéneas o con personas provenientes de culturas distintas.

En Rorty la prensa sirve para abrir horizontes de esperanza, la pregunta es ¿qué esperanza? Al no definirlo, aunque no quiera, Rorty acaba siendo un aliado del *establishment*, porque su esperanza se acomoda a lo que hay sin considerar tampoco si las generaciones futuras compartirán o no dicha esperanza. La falta de fundamentación descrita, así como la contingencia y la falta de vínculo atribuido a la relación prensa – democracia, hacen pensar que su propuesta es insuficiente para que la prensa cumpla con su rol de dar información relevante para vivir en sociedad.

Pero sobre todo será su concepción de la verdad lo que hará prescindir del modelo de prensa que se desprende del modelo descrito por Rorty. Descarta la verdad, dado que ésta no puede ser reconocida una vez obtenida, en cambio defiende la justificación. Pero la prensa no es posible con justificaciones. La justificación considera la pregunta ¿para qué sirve algo en determinado momento y lugar?, por tanto, las normas de aceptabilidad son históricas y cambian, y a través de ella se llega a acuerdos. Con los cambios sociales que se producen en la actualidad y a la velocidad que éstos se suceden, casi tendríamos que considerar una justificación distinta por emisión de telediario o periódico vendido. Los hechos en sí mismos son confusos precisamente por la globalización y la inmediatez con la que los ciudadanos pueden enterarse de lo que sucede, pero la prensa debe entregar la información con sentido y de forma entendible, no como un planteamiento con fecha de caducidad.

Por otra parte, la justificación busca responder a la pregunta ¿para qué sirve? Si a eso debe responder la información de la prensa, puede ser que los informativos se reduzcan a un listado de datos como temperatura, situación del tráfico, precios, etc. Toda ella información que es parte de los contenidos de la prensa, pero no el único.

Revisada la propuesta de Rorty, el concepto de prensa que de ella se desprende, así como la función que le asigna, nos parece insuficiente por los siguientes motivos:

- La contingencia del concepto de verdad de Rorty no sirve para el trabajo de la prensa. Si nos conformamos con un concepto de verdad sin fundamentación es fácil llegar a la situación de mala praxis y sin compromiso ético en la que se encuentra actualmente. Porque si no es verdad el contenido de la prensa, entonces no se está informando y se difumina la frontera entre informar y entretener.
- No considera el *ethos* profesional ni el concepto de responsabilidad, que a la luz del diagnóstico hecho son cruciales para el periodismo de calidad al servicio de la función democrática de los medios. Rorty desconoce esa función y pretende dejar que los medios de comunicación sean una fuente más de entretenimiento, donde si acaso, poder encontrar narraciones que ayuden a evitar el sufrimiento, que además requiere de definición en la actual situación multicultural, en la que, difícilmente, se encontrará una sola definición.
- Porque considera a la prensa como una herramienta que se justifica por el éxito que tenga promoviendo propósitos democráticos. El éxito es contingente, depende del lugar, del contexto, etc., por lo tanto, es difícil determinar cuándo se ha logrado efectivamente el éxito y a partir de qué.

La prensa entendida a la rortiana no encaja con el encargo hecho por la teoría liberal, así como tampoco se hace cargo de los problemas detectados desde entonces por Tocqueville y Mill, quienes, tristemente, presagiaron muchas de las dificultades que la prensa enfrenta actualmente. La teoría liberal que dio a luz a la prensa tenía aún presente la herencia de la Ilustración y el

papel de la razón y de su principal herramienta social: la argumentación. Esta nos aleja también de Rorty. Tocqueville previno sobre los riesgos del poder de la prensa precisamente por considerarla indispensable para la vida social. Entre esos riesgos mencionó el abuso de espacio para anuncios publicitarios, el lenguaje utilizado, la publicación de ciertos contenidos ajenos a la información, como por ejemplo, la vida privada de las personas, y advirtió sobre la importancia de preservar la independencia de la prensa.

A Mill le preocupaba el poder de la opinión de la masa sobre la individualidad, así como la obstrucción que podría ejercer la legislación. Temía a la masa porque ahoga la diversidad, porque en ella se diluye la individualidad y su riqueza. El compromiso descrito y defendido por Tocqueville y Mill no encaja con la actitud de Rorty, quien no defiende el compromiso social de la prensa. En cambio, los elementos de la teoría liberal tienen más puntos de encuentro con la ética discursiva y la acción comunicativa: la fuerza del mejor argumento, el rol del consenso, la consideración de todos los participantes como iguales, y tal como dijo Tocqueville, el que a través del diálogo y de la discusión de opiniones se puede llegar a la verdad.

La prensa entendida desde la acción comunicativa y la ética discursiva tiene una función de colaboración en la vida en democracia. Habermas considera unos conceptos que son últimos, que en el caso de la acción comunicativa son el consentimiento de los afectados y las pretensiones de validez. Unas reglas del juego que van más allá de lo cultural o contingente, y eso en sociedades como las actuales es indispensable. Habermas también es pragmático pero a su vez trascendental. El rol que le corresponde a la prensa tiene en cuenta un concepto de verdad que permite informar y servirá al funcionamiento de la democracia. Por tanto, en Habermas tienen cabida los conceptos trascendentales indispensables para la tarea de la prensa.

Ante la pregunta a Rorty de por qué defiende la democracia, su respuesta es porque es la idea occidental que mejor nos va; en Rorty no hay tensión de mejora y el periodismo es tensión, tiene el deber de decir algo. La responsabilidad habermasiana indica que ante determinadas situaciones u opiniones el ciudadano no puede aislarse. Hay, por tanto, aspectos que no son consensuales, como por ejemplo que el consenso es la forma de solucionar los problemas en sociedad. Mientras Rorty sitúa el consenso como el resultado de una interacción de justificaciones, Habermas propone un punto de partida de todo consenso que es trascendental: es un punto de partida porque existen las condiciones de posibilidad que ya están en el lenguaje y que posibilitan el entendimiento, porque no se consensua que el consenso es la manera de solucionar los problemas en sociedad. Además se produciría el consenso empírico y contextual que se producirá según los intereses de los afectados. En el periodismo también hay aspectos propios del trabajo profesional que no se pueden consensuar porque de hacerlo se desfigura la función de la prensa, se corre el riesgo de actuar guiándose por objetivos extra informativos (dinero, poder, intereses particulares, etc.).

Habermas da un peso esencial a los trascendentales y al entendimiento mediante el acuerdo. Pone el peso de las relaciones sociales en la búsqueda de consenso, lo que implica que puede haber distintos intereses y aproximaciones, por eso hace hincapié en que se debe contar con el consentimiento de los afectados. La propuesta comunicativa aporta un método que se condice con la finalidad de la prensa, a la vez que supone corregir algunas de las problemáticas que actualmente se dan producto de las asimetrías de poder o de la búsqueda de intereses ajenos a los propiamente informativos.

También resulta provechoso el concepto de mundo de la vida que permite considerar el trasfondo cultural y el de otras generaciones como parte del horizonte en el cual los ciudadanos intentan entenderse (que no sólo está compuesto de certezas culturales, sino que consta también de habilidades individuales, del saber intuitivo, así como de prácticas socialmente arraigadas). Mientras la definición de mundo de la vida posibilita la comunicación y el eventual entendimiento entre personas de distintas culturas, el contextualismo de Rorty no hace más que estrechar el círculo alrededor de los símiles. Y eso puede ser contraproducente para la labor de la prensa.

La racionalidad comunicativa muestra que sobre las cuestiones morales se puede y se debe argumentar porque, siguiendo el principio formal de la ética discursiva, es posible saber la corrección o incorrección de las normas morales. El principio de la ética discursiva resulta útil para el trabajo de reinterpretación que la prensa requiere, puesto que su aplicación permite distinguir entre la validez y vigencia de una norma, la que, a la hora de evaluar los mecanismos de autorregulación, puede ser de gran ayuda.

Dado el carácter normativo de la ética discursiva, como método se hizo necesario contar con una propuesta ética que otorgará un eje en torno al cual articular un marco ético para la profesión. Así fue que se optó por la ética de Karl Otto Apel, porque pone en el centro la responsabilidad, que dentro de las categorías de interpretación de la prensa fue la gran ausente en sus orígenes y que hoy es brújula esencial del trabajo de la prensa.

Apel ofrece una perspectiva de la ética de la responsabilidad como particularización de la ética discursiva que ha trabajado junto a Habermas. Nuestra opción por Apel obedece a su pormenorización al precisar que la era de la ciencia supone un reto tal, que no hay más alternativa que adoptar el punto de vista de un universalismo moral desde el cual fundamentar una macroética de la corresponsabilidad. Respecto a la fundamentación ambos discuten si ésta es última o no: mientras Habermas concede la posibilidad de replantear la fundamentación de hoy, Apel dice que un avance puede ampliarla o mejorarla, pero esencialmente no será distinta. Habrá, por tanto, enmiendas a la parcialidad pero no a la esencialidad.

La propuesta de Apel cuenta con la fundamentación última de la ética del discurso del principio procedimental para la formación de consenso en discursos prácticos ideales e incluye una norma fundamental de la responsabilidad referida a la historia, lo que permite apreciar la

aplicabilidad de su contenido. También incorpora un principio de corresponsabilidad para todos los hombres en relación al descubrimiento de problemas morales relevantes y su solución a través de discursos prácticos, lo que compatibiliza con la necesidad de abrir el discurso ético para abordar los conflictos que se producen en el trabajo informativo. El modelo procedimental orientado por el consenso ideal es útil para conducir la actuación ética porque la reformulación de la ética para la prensa no requiere de más listados de normas sino de procedimientos que puedan aplicarse a los casos concretos.

Mientras en la comunidad real se produce la argumentación, la comunidad ideal se constituye como la idea regulativa que sirve de crítica de consensos fácticos. Además de que la mediación entre racionalidad comunicativa y racionalidad estratégica dan realismo a la ética discursiva a la vez que posibilita la esencial tensión entre comunidad real y comunidad ideal. Dicha tensión permite problematizar la situación comunicativa. La ética de la responsabilidad apeliana está conectada con la necesidad de una nueva fundamentación. Apel explica que la racionalidad de la ciencia despojada de valoraciones no sirve de fundamento ni criterio para una imposición razonable de metas ni para una evaluación de consecuencias. La racionalidad empresarial o del poder, en el caso de la prensa, es decir la estratégica, tampoco.

La perspectiva de la corresponsabilidad no es paralizante, sino que mueve a la acción, y no es apocalíptica, aunque sí diagnostica una urgencia de responder éticamente. Apel además pretende responder más allá de las consecuencias, busca hacerse cargo anticipándose, lo que se aviene con la responsabilidad que les cabe a los periodistas por la delegación del derecho a la información. Se trata pues de hacerse responsable más allá de las consecuencias, asumiendo también los procesos informativos, la formación de los profesionales. El anticiparse supone estar bien formados y contar con herramientas adecuadas.

El reto actual de la ética no está compuesto sólo por los retos externos –como la crisis ecológica, la globalización y otros problemas parecidos-, sino que también es resultado de las contradicciones internas y los déficits de los recursos morales. La prensa no puede quedar al margen de la llamada urgente a pensar nuestro mundo y la democracia en él. Tiene una responsabilidad como empresa, pero antes que eso tiene una responsabilidad por el derecho a la información que debe satisfacer y por ser un actor democrático. Existe un ante quién responder, ante el cual debe haber un compromiso ético que vaya más allá del cálculo de riesgos o de ganancias.

Esta tesis comenzó con la revisión de la agonía del cuarto poder descrita por Ruiz. La pregunta es cuál será la respuesta ante ella, ¿observar la agonía o reinventar la prensa? Aquí se propone reinventarla desde la ética de la responsabilidad. Al descartar la idea de prensa que se desprende de los planteamientos de Rorty y optar por la función asignada a la prensa por la teoría de la acción comunicativa y la ética discursiva, además de encontrar un lugar desde donde reinterpretar las categorías de la prensa, se comprobó que ésta requiere de trascendentales para

resguardar la función democratizadora de la prensa en democracia. Y esos trascendentales son aquellos mínimos que un periodista no debe desatender para cumplir de manera adecuada con el derecho a la información del ciudadano.

Se analizó tanto la perspectiva del profesional, como la de la empresa informativa y del sector periodístico y en cada uno de estos niveles se detectaron problemas, malas praxis y desafíos éticos distintos, pero todos atravesados por la responsabilidad de satisfacer el derecho a la información de los ciudadanos. La macroética de la corresponsabilidad orienta en todos los niveles éticos, y de producirse la conexión entre el marco ético de los medios de comunicación, la ética empresarial de la prensa y la deontología del profesional, se puede asumir tanto la perspectiva normativa como la pragmática.

Proponemos considerar que la responsabilidad que cabe a la prensa se distribuye en distintos niveles éticos en donde los desafíos son distintos. Al centro se encuentra el derecho a estar informado puesto que es el eje fundamental. El método de gestionar y equilibrar estos intereses tendrá que salir de un diálogo como resultado de la acción comunicativa. El primer nivel, el más cercano al centro, es el de la ética profesional, cuyos principales desafíos son fortalecer la ética profesional, su protección y difusión y fortalecimiento del proceso de formación ética así como de los lazos existentes dentro de la comunidad profesional de referencia.

En el nivel del profesional existe la responsabilidad de cuidar y de velar por las particularidades de la profesión, que son satisfacer el derecho a la información, y que la información entregada colabore a la configuración de la opinión pública. Este es el rol de la prensa, su participación en la vida en las democracias. La satisfacción del derecho a la información supone conflictos por la no concordancia entre teoría y praxis que pueden soslayarse a través de formación deontológica sólida y de fortalecimiento del vínculo y las referencias con otros profesionales.

A través de la virtud convertida en hábito se puede enfrentar la distancia entre teoría y praxis. La calidad tiene que ver con el resultado, y la virtud con la persona. La virtud orienta el trabajo del profesional, para lo cual es importante saber qué profesional se pretende llegar a ser. La ética de la virtud se relaciona con la forma de ser de la persona, se hace cargo de los motivos y deseos que subyacen a los actos, busca la excelencia y entiende la vida moral como un continuo de sentido y no como el mero cumplimiento del deber o maximización de la utilidad.

El segundo nivel ético es el de la empresa informativa, que debe considerar el aspecto ético como parte del engranaje comercial de la empresa, porque si no es así decae la especificidad del servicio que deben ofrecer. Aunque los ciudadanos no pueden desentenderse de los contenidos que “consumen” a través de la prensa, es tarea de la empresa velar por la calidad de lo que ofrece, porque la ética es también una necesidad empresarial: el trabajo ético es igual a trabajo de calidad y el trabajo de calidad, en cuanto implica satisfacción de

expectativas, es rentable. La profesión tiene las particularidades de resguardar el derecho a la información y de participar en la formación de opinión pública. Estos son los ejes del trabajo profesional, aun cuando se trata de un trabajo profesional inmerso en la realidad empresarial de la empresa informativa.

La empresa no puede desentenderse de la responsabilidad que le cabe como agente moral y por eso se le exige responder como tal. La empresa informativa debe detectar sus *stakeholders* o grupos de interés para poder desarrollar una política que, desde la corresponsabilidad, defina la rendición de cuentas a cada uno de ellos: de esta manera se contará con una brújula que constantemente orientará el trabajo de la empresa para no desviarse hacia otros intereses que no sean los de la propia información. Además, claro está, de construir una relación de confianza y transparencia con cada uno de los grupos de interés y hacer de ella un activo más de la empresa.

La responsabilidad entendida desde la ética discursiva contemplará no sólo resarcir el daño provocado sino también anticiparse para evitarlos, y eso significa incorporar en el funcionamiento cotidiano de la empresa métodos de reparación y de prevención. Desde esta perspectiva, la teoría de *stakeholders* y la rendición de cuentas son herramientas indispensables para que la empresa informativa sea de hecho responsable. La interpretación que se puede hacer desde la ética discursiva de la teoría de *stakeholders* da la posibilidad de armonizar los diferentes intereses y de ver a los grupos de interés como interlocutores válidos y no como simples afectados. Del mismo modo, rendir cuentas apunta a construir relaciones basadas en la confianza con los interlocutores válidos. Por ello resulta indispensable que las empresas informativas también definan sus *stakeholders* o grupos de interés basándose en la teoría discursiva, es decir, considerándolos como interlocutores válidos en el marco de la corresponsabilidad.

Considerando estos aspectos se hizo un esquema de grupos de interés para la empresa informativa. Dicha propuesta pone en el centro el derecho del ciudadano a la información, alrededor del cual se propone a seis grupos de interés: los anunciantes, la sociedad civil, el Gobierno (en tanto fuentes y en tanto vínculo político). En el mismo grupo pero no en conexión directa se encuentran la propiedad del medio, el periodista y otros trabajadores del medio. En conexión directa está la segunda ronda de grupos de interés. Dicha conexión directa se debe a que comparten el vínculo comercial o de financiación, como fuentes o como parte del medio, ya sea en tanto trabajadores o como agrupaciones de ellos. Los anunciantes se conectan a su vez con otras empresas y proveedores; como sociedad civil se hallarían la comunidad local, la universidad, organizaciones no gubernamentales (ONG's) y organizaciones internacionales. El gobierno, en tanto plano de lo político, se conecta con partidos políticos y oposición. Y del nivel

de periodistas, propiedad y otros trabajadores surgen sindicatos, colegios profesionales y otros medios⁵⁹⁶.

En relación a la rendición de cuentas, también resulta pertinente diseñar un modelo aplicable a los medios en tanto que empresas. Desde la perspectiva empresarial se trata de dar razones de las motivaciones para cualquier acto u omisión. La rendición de cuentas no debe ser sólo una respuesta a un daño producido, sino el modo mediante el cual se construye la relación de confianza con los diferentes grupos de interés, y de ese modo, también contempla el método de prevención de posibles daños. Domingo García Marzá sugiere que la empresa cuente en su interior con un sistema integrado de gestión ética que contemple: a) códigos éticos (reconocimiento), b) comités éticos (deliberación) y c) auditorías éticas, lo que resulta muy valioso para un modelo de gestión de la prensa.

Finalmente, en el nivel del sector profesional se confirmó que la existencia y supervivencia del *ethos* periodísticos requiere de la posibilidad de su propia transmisión, lo que apunta tanto a la comunidad de referencia que se genera en la universidad como a la comunidad profesional conformada por los pares. La mala praxis tiene que ver con desajustes éticos en este nivel, puesto que el periodista ha quedado muy solo en el ejercicio de la profesión y la formación deontológica no tiene relación con lo que luego le toca enfrentar en las salas de redacción (el ya mencionado abismo entre teoría y praxis). La soledad del periodista tiene que ver con que, en ocasiones, el objeto de su trabajo, la información, queda al vaivén de intereses extra informativos y sobre los cuales el periodista no tiene ningún control. Las asimetrías de poder existentes dentro de la empresa informativa dejan al profesional sin opciones de reacción cuando el gerente o el editor imponen intereses ajenos a la información.

El nivel de la ética del sector también se refiere a las asociaciones gremiales, sindicatos y colegios profesionales. En este sentido la comunidad de profesionales es un referente imprescindible pero olvidado dentro de la profesión. Dado que el trabajo de la prensa precisa de referentes fuertes y de una comunidad de pertenencia sería deseable reposicionar la consulta con los pares, tanto dentro de la empresa informativa como fuera de ella. Y esto también se relaciona con evaluar aquellos mecanismos éticos de regulación que tiene la profesión: si se pone en duda la legitimidad o se cuestiona la confianza en la prensa, algo debe no funcionar en aquellos mecanismos que debiera garantizar el comportamiento ético.

Se trata de incorporar el sentido de la corresponsabilidad solidaria en cada uno de los planos de la profesión: el individual, el de la empresa y el de la comunidad profesional. Y para ello se pueden generar acciones concretas desde cada uno de ellos:

El periodista ha de concentrarse en no desatender aquellas condiciones que posibilitan el periodismo de calidad. Hacerlo resulta capital para no metamorfosear el cometido de la prensa,

⁵⁹⁶ Ver Figura N. 1

para que ésta no desaparezca; no se trata de una defensa nostálgica o corporativista, es una defensa de la función democratizadora de la prensa y por eso de la democracia, porque hay un vínculo ineludible entre ambas. Y esa defensa de la prensa no puede sino acabar en detectar y proteger las condiciones de posibilidad del periodismo de calidad. La definición del concepto de responsabilidad que le cabe a la tarea de la prensa no es trivial y las mejores definiciones de verdad y de responsabilidad para la prensa en sociedades multiculturales en la era mediática las hemos encontrado en la ética discursiva y en la ética de la corresponsabilidad solidaria.

Son condiciones de posibilidad del periodismo de calidad las cuatro pretensiones de validez de la acción comunicativa (inteligibilidad, verdad, veracidad y rectitud), todas indispensables en el método de obtención de la información. No se puede entregar un mensaje que sea ininteligible, puesto que no se logrará transmitir adecuadamente la información; tampoco será información si no se trata de hechos verdaderos, de situaciones que hayan sucedido y que además sea información veraz y obtenida con rectitud.

También es condición de posibilidad la objetividad, en tanto que actitud del periodista en la búsqueda de la información. No se trata de neutralidad, sino de la disposición interior de informar en justicia según lo ocurrido. Asimismo resulta indispensable que el periodista pueda trabajar con autonomía e independencia, lo que en cierta medida dependerá del contexto social y del propio medio, pero en gran parte de que el periodista no sucumba a presiones interiores y exteriores de todo tipo, y eso se reforzará con una sólida comunidad de referencia. El trabajo profesional del periodista será de calidad si es creíble y por ello generará confianza; la credibilidad del periodista y la confianza del ciudadano son patrimonio invaluable del trabajo informativo, del trabajo bien hecho.

Sin lugar a dudas, el trabajo excelente no puede excluir el pluralismo y la diversidad, en primer lugar, porque las sociedades actuales no comparten una sola forma de vida buena y la multiculturalidad obliga a dar cuenta de ella. Y en segundo lugar, porque la diferencia y la igualdad son parte de la riqueza de la realidad, no dar cuenta de ellas significa desvirtuar dicha realidad. La prensa no puede sino dar cuenta de la evidente pluralidad de voces y diversidad de contenidos. Finalmente, no podemos pensar en un periodismo de calidad si éste no es responsable, el periodista no puede desentenderse de la responsabilidad que le cabe por el poder que tiene: dar información útil para tomar decisiones en sociedad.

A partir de lo expuesto se desprenden tres propuestas concretas.

1) El déficit en el funcionamiento de la prensa exige una ética de la corresponsabilidad solidaria

Así como Apel diagnosticaba que hay un mundo que no funciona para todos y que exige una ética de la corresponsabilidad y la búsqueda de soluciones, la prensa que no funciona

adecuadamente exige también una ética de la corresponsabilidad. Proponemos reinterpretar el rol de la prensa desde la acción comunicativa y la ética discursiva por las siguientes razones: a) puesto que la racionalidad comunicativa permite la mediación con la racionalidad estratégica de manera de enfrentar los conflictos reales que se presentan. b) Porque cuenta con un concepto de verdad que tiene valor de uso y pretensión de validez. c) Porque fundamenta la validez universal en la capacidad comunicativa de las personas de argumentar, de dar razones, de convencer o dejarnos convencer por las razones de otros y entendernos. d) Dado que se trata de un marco ético universal.

2) La protección del derecho a la información exige la aplicación de la ética de la corresponsabilidad a cada nivel ético

Proponemos trabajar la propuesta ética desde los diferentes niveles (nivel del profesional, nivel de la empresa informativa y el nivel del sector profesional), puesto que de esta forma se podrá detectar y tratar de manera apropiada los problemas que cada uno supone. Cada nivel plantea problemas éticos distintos, supone distintos desafíos y, sobre todo, requiere de acciones de mejora concretas distintas. El primer nivel, más cercano al centro del círculo nuclear, es el de la ética profesional. En él se libran los problemas detectados en relación a la formación del profesional, de aplicación de la ética a los problemas cotidianos. En este nivel debe propiciarse un rol más activo por parte de los profesionales en la definición de las herramientas que pueden colaborar a proteger su trabajo, pero no sólo en un sentido sindical o gremial buscando proteger el propio trabajo, el periodista también ha de proteger aquello que origina la práctica. Estos retos se han de abordar tanto en la formación ética desde la universidad como durante la formación deontológica en el propio medio.

Consideramos indispensable introducir al quehacer diario de los medios de comunicación las auditorías éticas y la conformación de consejos éticos. Las auditorías pueden ser parte de un plan de rendición de cuentas ética de la empresa informativa y los consejos o comités pueden conformarse al interior de las salas de prensa de manera estable, para que operen como un órgano de consulta regular. Puede ser muy constructivo seguir de cerca la manera cómo han funcionado los comités de ética en las instituciones de la salud, donde se desempeñan con bastante notoriedad. Dadas las asimetrías de poder descritas, así como por la situación de riesgo en la que se encuentra la correcta satisfacción del derecho a la información, resulta vital que se refuercen los métodos de control de rendición de cuentas.

3) El trabajo de la prensa precisa tanto de ética como de ley

Crear que una ley puede contribuir en la mejora del ejercicio profesional y de los contenidos no significa en absoluto abdicar de la ética o desdeñar su rol: dar razones éticas a la profesión es imprescindible porque una ley no asegura el comportamiento ético. La fundamentación vendrá

dada desde el marco ético de la corresponsabilidad, para lo cual es decisivo considerar que la competencia profesional incluya la competencia ética. La ética se encarga de incorporar en el carácter de las personas y de las organizaciones hábitos que colaboren a tomar decisiones justas y buenas, y el derecho sanciona e intenta restituir haciendo visible una determinada forma de actuar considerada la deseable. Por eso mismo la prensa requiere de ambos: tanto refundar los hábitos de la profesión para llevar a decisiones justas como reorientar y corregir conductas que ya están desviadas, la llamada mala praxis. Una mejora sustancial del ejercicio profesional requiere de compromiso ético, una ley que lo proteja y una comunidad que refuerce y oriente.

Así como es vital que se refuerce la autorregulación a través de acciones concretas, como contar con un consejo consultor ético permanentemente en las salas de prensa, resulta conveniente una ley que sancione individual e institucionalmente las transgresiones que a través del ejercicio profesional se realicen. La Constitución española consagra la libertad de información e imprenta, también existe una ley que resguarda la cláusula de Conciencia, pero no hay una ley que se refiera a la protección del derecho a la información. Como mencionamos existe un proyecto de ley, el Estatuto del Periodista Profesional, cuyo objetivo es garantizar el derecho de los ciudadanos a la información, puesto que hay conciencia de cómo la insuficiente regulación repercute negativamente en la calidad de los contenidos informativos. Dicho proyecto de ley va acompañado de una Ley de derechos laborales de los periodistas, porque la precariedad laboral haría inviable el seguimiento de la aplicación del Estatuto del Periodista Profesional dentro de las empresas. Pero ambos proyectos llevan años estacionados sin tener importantes avances.

La pregunta es desde dónde debe provenir el ajuste normativo, ¿desde el Estado?, ¿desde el mercado? ¿O desde los profesionales? Aceptar una ley no significa ceder el control normativo de la profesión: son los profesionales quienes deben generar un marco normativo que contemple sanciones, porque la autorregulación sola es insuficiente. La autorregulación tiene que ser efectiva y para ello no puede conformarse con el “en la medida de lo posible”, sin sanciones coercitivas, quedándose sólo en un compromiso voluntario. Si se cuestiona la entrega informativa se cuestionan también los mecanismos que debieran asegurarla, por tanto, hay que mejorarlos.

Y esto pasa porque los cursos de formación deontológica y de ética en la Universidad tengan el lugar que les corresponde dentro de los programas académicos; pasa también porque desde el sector se produzca una reformulación y actualización de los códigos y normas que orientan la profesión de acuerdo a los desafíos de una sociedad tecnificada, global y multicultural; también es necesario que la ética tome el sitio que le compete dentro de la empresa informativa a través de consejos y auditorías éticas. Pasa a su vez porque el ciudadano se haga cargo de lo que le corresponde en aprender a “consumir” medios y no permitirse acceder a cualquier contenido. Hasta que esto no suceda, la ley es fundamental para evitar la

mala praxis, sancionarla si es necesario y de esta manera comunicar a la sociedad lo que la profesión tiene por correcto.

Por último, a continuación se mencionan algunas limitaciones que presenta el siguiente trabajo. Se trata de temas que surgieron conforme se avanzó en la investigación pero que escapaban a los objetos de ésta:

- Han quedado fuera del análisis la realidad de los “intrusos del periodismo”: *blogs*, *twitter* y redes sociales en general. Quedan fuera, en primer lugar, porque no todos quienes escriben a través de ellas son profesionales de la información, por tanto, muchos de los desafíos que aquí se plantean o no les incumben o no los interpelan. La profesionalidad impone derechos y deberes que les son ajenos. No obstante, la sola presencia de la diversidad de voces que se expresan a través de las redes sociales suponen nuevos desafíos para los profesionales de la información, y esos desafíos también han quedado fuera de este trabajo. Desde ya se puede precisar que las redes sociales aportan pluralismo, porque son otras versiones, vitalizan un cooperativismo y corporativo positivo (para defendernos, hay que hacer mejor lo que debemos hacer) y aumenta las fuentes de información. La desventaja de este escenario es que surge un “periodismo” más *amateur*, porque figuran unos “expertos” que no asumen – porque no la tienen- la responsabilidad de satisfacer el derecho a la información y todo lo que conlleva.

La exclusión también considera a periodistas que escriben a través de *blogs* y *twitter*, porque pareciera que están en “tierra de nadie”, precisamente por encontrarse al margen de la institución que resguarda el derecho a la información, la prensa. Con estas exclusiones se trata de resguardar una forma de hacer periodismo para evitar que muera. Por otra parte, ya se ha comenzado a conocer de intervenciones “patrocinadas” a través de las redes sociales, lo que pone el funcionamiento de las redes en una situación aún indeterminada (*bloggers* que reciben dinero por hablar de ciertos temas o productos, o artistas que han recibido patrocinio por decir determinadas cosas, son dos de los casos recientes).

- En el propio desarrollo de la investigación se constató que cada función de los medios (entretener, informar y educar) requeriría de una aplicación de las reflexiones hechas, así como cada tipo de medio (prensa escrita, radio, televisión, multimedia e internet) podría contar con particularizaciones que también han quedado al margen de este trabajo. Esto lo consideramos una limitación del objeto de este trabajo a la vez que una línea de investigación que se abre, el desafío de aplicar la ética de la corresponsabilidad al entretenimiento, por ejemplo.
- Queda pendiente también asumir que han surgido nuevos límites en el ejercicio de la profesión. Hasta ahora se consigna la seguridad nacional, el terrorismo, la vida privada o la intimidad como límites de la libertad de expresión. Pero hay cambios en la forma de vida

en sociedad que suponen un nuevo límite a la libertad de informar, como por ejemplo la multiculturalidad. Dado que la globalización es un hecho, que ya no vivimos en sociedades más o menos homogéneas donde se compartan visiones de mundo, cultura o religión, y que la información gracias a internet llega a todas partes, hay que ser todavía más cuidadosos a la hora de informar. No se trata de autocensura, sino de contemplar un rasgo de la vida contemporánea que antes no existía y constituye un nuevo desafío para considerar.

BIBLIOGRAFÍA

Agejas, José Ángel y Serrano, Francisco José (coords.): *Ética de la comunicación y de la información*. Ariel, Barcelona, 2002.

Apel, Karl Otto: *Towards a transformation of philosophy*, Routledge & Kegan Paul, London, 1980.

Apel, Karl Otto: *Una ética de la responsabilidad en la era de la ciencia*, Editorial Almagesto, Buenos Aires, 1992.

Apel, Karl Otto: "Plurality of the good? The problem of affirmative tolerance in a multicultural society from an ethical point of view", en *Ratio Juris*, Vol. 10 No. 2 June 1997 (199-212).

Apel, Karl Otto: *Teoría de la verdad y ética de discurso*, Paidós, Barcelona, 1998.

Apel, Karl Otto: *Estudios éticos*, Distribuciones Fontamara, México, 1999.

Apel, Karl Otto: *Filosofía primera, aviu I ètica del discurs*, Eumo Editorial, Girona, 1999.

Apel, Karl Otto: "Globalization and the need for universal ethics", en *European Journal of Social Theory* 3(2): 137-155, 2000.

Apel, Karl Otto: "Una macroética planetaria para la humanidad: necesidad, dificultad aparente y posibilidad eventual", en *Cultura y modernidad: perspectivas filosóficas de oriente y occidente*, Kairós, Barcelona 2001.

Apel, Karl Otto: "Es adecuada, para la justicia global, la concepción política del 'consenso sobrepuesto'?", en *Realidad*, 87, mayo-junio, 2002.

Apel, Karl Otto: "Reflexión pragmático-trascendental. La perspectiva principal de la transformación kantiana actual", en *Invenio*, Noviembre, 2004, pp. 21-39.

Aramayo, Roberto: "Culpa y responsabilidad como vertientes de la conciencia moral", en *Isegoria*/29, 2003, pp.15-34.

Ausín, Txetxu y Peña, Lorenzo: “El deber de veracidad”, en *Palavras e pensamentos: uma perspectiva analítica*, Universidad de Santiago de Compostela, 2003:443-453.

Aznar, Hugo: *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales*, Paidós, Barcelona, 2005.

Aznar, Hugo: *Comunicación responsable. La autorregulación de los medios*, Ariel, Barcelona, 2005.

Aznar, Hugo: “Por una teoría normativa de la comunicación a la altura de los tiempos: ¿más derecho, más política, más ética? (A propósito de la publicación de *La agonía del cuarto poder* de Carlos Ruiz)”, en *Dilemata*, año 2 (2010), N. 3, 77-94.

Belsey, Andrew and Chadwick, Ruth: “Ethics as a vehicle for Media Quality”, en *European Journal of Communication*, Vol. 10(4): 461-473, London, 1995.

Becchi, Paolo: “La ética en la era de la técnica. Elementos para una crítica a Karl-Otto Apel y Hans Jonas”, en *Doxa: Cuadernos de filosofía del derecho*, número 25 (2002), pp. 117-137.

Berlin, Isaiah: *Four essays on liberty*, Oxford University Press, Gran Bretaña, 1979.

Bernstein, Richard.J: *The pragmatic turn*, Polity Press, UK, 2010.

Bilbeny, Norbert, *Ética del periodismo. La defensa del interés público por medio de una información libre, veraz y justa*. Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona 2012.

Breit, Rhonda, *Journalism, ethics and accountability: evaluating the virtues of self-regulation*. Tesis doctoral Griffith University, febrero 2004.

Brien, Andrew: “Professional Ethics and the culture of trust”, *Journal of Business Ethics*, 17:391-409, 1998.

Calhoun, Craig (Ed.): *Habermas and the public sphere*, MIT Press, United States, 1992.

Camps, Victoria (Ed.): *Historia de la Ética 3*. Editorial Crítica, Barcelona, 2000.

Carrillo, Marc: “La cláusula de conciencia de los periodistas en la Constitución española de 1978”, en *Revista de Estudios políticos* (Nueva Época) N° 49, Enero-Febrero 1986.

Castells, Manuel: “Communication, power and counter-power in the Network society”, en *International Journal of Communication* 1 (2007), 238-266.

Col·legi de Periodistes de Catalunya: *Llibre blanc de la professió periodística a Catalunya*, UAB, 2004.

Conill, Jesús y González, Vicent (Coord.): *Ética de los medios*, Gedisa, Barcelona, 2004.

Cortina, Adela: *10 palabras clave en Ética*, Editorial Verbo Divino, Navarra, 1994.

Cortina, Adela: *La ética de la sociedad civil*, Anaya, Madrid, 1994.

Cortina, Adela: *El quehacer ético*, Santillana, Madrid 1996.

Cortina, Adela: “El Estatuto de la ética aplicada. Hermenéutica crítica de las actividades humanas”, en *Isegoría*/13 (1996), pp. 119-134.

Cortina, Adela: *Razón comunicativa y responsabilidad solidaria*, Ediciones sígueme, Salamanca, 1988.

Cortina, Adela, y García-Marzá, Domingo (Coord.): *Razón pública y éticas aplicadas*, Tecnos, Madrid, 2003.

Cortina, Adela (Ed): *Construir confianza*, Trotta, Madrid, 2003.

Cruz, Manuel y Aramayo, Roberto (Eds.): *El reparto de la acción. Ensayos en torno a la responsabilidad*, Editorial Trotta, Madrid 1999.

Cruz, Manuel: “Cuando son muchas las voces” en *Isegoría*/29, 2003, pp. 5-13.

Cruz, Manuel: *Las malas pasadas del pasado. Identidad, responsabilidad, historia*. Editorial Anagrama, Barcelona, 2005.

Cruz, Manuel: *Cómo hacer cosas con los recuerdos. Sobre la utilidad de la memoria y la conveniencia de rendir cuentas*, Katz Editores, Buenos Aires, Argentina, 2007.

Curcó, Felipe: *De zorras y erizos (Ironía y democracia liberal en Richard Rorty)*. Tesis doctoral presentada en la Facultat de Filosofia, Universitat de Barcelona, 2007.

Demers, D. and Viswanath, K. (Ed.): *Mass media, social control, and social change. A macrosocial perspective*. Iowa State University Press, Iowa, United States, 1999.

Desantes, José María: *Información y derecho*, Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago de Chile, 1990.

De Siquiera, José Eduardo: “El principio de Responsabilidad de Hans Jonas”, en *Revista Bio&Thikos*, Centro Universitario Sao Camilo- 2009; 3 (2): 171-193.

De Tocqueville, Alexis: *La democracia en América*. Fondo de Cultura Económica. México D.F, 2005.

Echeverría, Javier: “El principio de responsabilidad: ensayo de una axiología para la tecnociencia” en *Isegoria*/29, 2003, pp.125-137.

Egúzquiza, Ion y Vidal, Vicente (Coord.): *El derecho a la información judicial*, 6º Congreso Internacional de Ética y Derecho de la Información, Ed. Fundación COSO, Valencia, 2008.

Elvira Husé, Joan Carles: *Por una macroética de la corresponsabilidad (Moralidad y eticidad en la filosofía práctica de K.O Apel: el problema de la aplicación histórica de la ética discursiva)*, Tesis doctoral, Universidad de Barcelona, 1997.

Esquirol, Josep Maria: *Los filósofos contemporáneos y la técnica. De Ortega a Sloterdijk*, Gedisa, Barcelona, 2011.

Ferrater Mora, Joaquín: *Diccionario de filosofía*. Editorial Alianza, Barcelona 1988.

Foucault, Michael: *Microfísica del poder*. Las Ediciones de La Piqueta, Madrid, Segunda edición, 1979.

Frankfurt, Harry: *Sobre la verdad*. Paidós, Barcelona, 2007. Título original: *On truth*. Knopf, Nueva York, 2006.

Freeman R. Edward: *Strategic management. A stakeholders approach*, Pitman Publishing, Toronto 1951.

Frost, Chris: *Media ethics and self-regulation*, Pearson Education Limited, Great Britain, 2000.

García-Marzá, D: *Ética empresarial. Del diálogo a la confianza*. Trotta, Barcelona, 2004.

Giddens, Anthony: *Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas*. Madrid: Taurus, 2003. Título original: *Runaway world*. Profile books, 1999.

González, Elsa: *La responsabilidad moral de la empresa: Una revisión de la teoría de stakeholder desde la ética discursiva*. Tesis doctoral, Universitat Jaume I, Noviembre, 2004.

Gronemeyer, M. Elena: “Periodistas chilenos: el reto de formar profesionales autónomos e independientes”, en *Cuadernos de Información* N° 15, Facultad de Comunicaciones PUC, Santiago, 2002.

Habermas, Jürgen: *Historia y crítica de la opinión pública*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1981.

Habermas, Jürgen: *El Discurso filosófico de la modernidad*. Taurus, Madrid, 1989. Título original: *Der Philosophische Diskurs der Moderne*. 1985 Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main.

Habermas, Jürgen: *Conciencia moral y acción comunicativa*. Ediciones Península, Barcelona, 1991. Título original: *Moralbewusstsein und Kommunikatives Handeln*, Frankfurt am Main, 1983.

Habermas, Jürgen: “La idea kantiana de paz perpetua. Desde la distancia histórica de doscientos años”, en *Isegoría*/16 (1997), pp. 61-90.

Habermas, Jürgen: “El giro pragmático de Rorty”, en *Isegoría*/ 17, 1997, pp. 5-36.

Habermas, Jürgen: *Teoría de la acción comunicativa, I y II*. Taurus, España, 2001. Título original: *Theorie des kommunikativen Handelns*. Frankfurt am Main, 1981.

Habermas, Jürgen: *Verdad y Justificación. Ensayos filosóficos*. Editorial Trotta, Madrid, 2002.

Título original: Wahrheit und Rechtfertigung.

Habermas, Jürgen: “Verdad y justificación. Ensayos filosóficos”. Editorial Trotta, Madrid, 2002. T.O Wahrheit und Rechtfertigung.

Habermas, Jürgen: *La ética del discurso y la cuestión de la verdad*. Paidós, Barcelona, 2003. Título original: L' Étique de la discussion et la question de la vérité. Bertrand Grasset, Paris, 2003.

Habermas, Jürgen: *La ética del discurso y la cuestión de la verdad*. Paidós, Buenos Aires, 2003.

Habermas, Jürgen: “Las bases morales prepolíticas del Estado liberal”, en *Revista Pasajes*, N° 18, Otoño 2005. Ponencia leída el 19 de enero de 2004 en la Tarde de discusión, organizada por la Academia Católica de Baviera en Munich.

Hass, Tanni: “What’s “public” about public journalism? And the lack of a coherent public philosophy”, en *Communication Theory*, 9 (3), 346-364, 1999.

Hass, Tanni: “The public sphere as a sphere a publics: rethinking Habermas’s Theory of the Public Sphere”, en *Journal of Communication*, March, 2004.

Hesse, Mary: “Habermas and the force of dialectical argument”, en *History of European ideas*, Vol. 21, No. 3, pp. 367-378, 1995.

Höffe, Otfried (Ed.): *Diccionario de ética*, Editorial Crítica, Barcelona, 1994.

Höffe, Otfried: *Ciudadano económico, ciudadano del Estado, ciudadano del mundo. Ética política en la era de la globalización*, Katz, Buenos Aires, 2007.

Jonas, Hans: *El principio de responsabilidad. Ensayo de una ética para la civilización tecnológica*, Herder, Barcelona, 1995.

Kant, Immanuel: *Fundamentación de la metafísica de las costumbres*, Ariel, Barcelona, 1996.

Kapuscinski, Ryszard: *Los cínicos no sirven para este oficio. Sobre el buen periodismo*. Editorial Anagrama, Barcelona, 2007.

Kelly, Michael (Ed.): *Hermeneuthics and critical theory in ethics and politics*, MIT Press, United States, 1990.

Kieran, Matthew (Edit.): *Media ethics*, Routledge, London, 1998.

Kieran, Matthew; Morrison, David and Svennevig Michael: "Privacy, the public and journalism. Towards an analytic framework", en *Journalism*, Vol. 1 (2): 145-169, 2000.

Laitila, Tiina: "Journalistic codes of ethics in Europe", en *European Journal of Communication*, Vol. 10(4): 527-544, 1995, London, p. 532.

Lecaros, María José: "¿Quién controla la ética periodística?", en *Cuadernos de Información*, N° 7, Facultad de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica de Chile, 1991.

Lecaros, María José: "Una mirada ética en torno al pluralismo, la objetividad y la información" en *Veracidad y objetividad, desafíos éticos en la sociedad de la información*, Congreso 2002.

Linde, Antonio: *El periodista moral. Dilemas de la información y la comunicación*. Grupo Comunicar Ediciones, Huelva, 2007.

Lipovetsky, Gill: *El crepúsculo del deber*, Anagrama, Barcelona, 2005.

Lozano, Josep Maria: *La empresa ciudadana como empresa responsable y sostenible*, Editorial Trotta, Madrid, 2009.

MacIntyre, Alasdair: *Historia de la ética*, Editorial Paidós, Barcelona, 1982.

MacIntyre, Alasdair: *Tras la virtud*, Editorial Crítica, Barcelona, 2001.

McQuail, David: "Accountability of media to society: principles and means", en *European Journal of Communications*, 1997, Vol. 12(4), 511-529.

McQuail, David: *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, Editorial Paidós, Barcelona, 2000.

McQuail, David: *Media accountability and freedom of Publication*, Oxford University Press, New York, 2003.

Mill, John Stuart: *Sobre la libertad*. Alianza Editorial, Madrid, 2005.

Mill, John Stuart: *El Utilitarismo*, Altaya, Barcelona, 1994.

Nicolás, Juan Antonio y Frápolli María José (Ed.): *Teorías de la verdad en el siglo XX*, Tecnós, Madrid, 1997.

NINO, Carlos Santiago: *Ética y derechos humanos: un ensayo de fundamentación*, Ariel, Barcelona, 1989.

Nisbet, Robert: *History of the idea of progress*, Henemann Education Books, United States, 1980.

Ortega y Gasset, José: *La rebelión de las masas*, Círculo de lectores, Barcelona, 1999.

Pizarroso, Alejandro (Ed.): *Historia de la prensa*. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid, 1994.

Plaisance, Patrick Lee: "The concept of media accountability reconsidered" en *Journal of Mass Media Ethics*, 2009, Volume 15, Number 4, pp. 257-268.

Platón: *La República*; Tr. José Manuel Pabón y Manuel Fernández Galiano, Instituto de Estudios políticos, Madrid, 1969, p. 166 y 167 (478 a).

Putnam, Robert O: *Per fer que la democràcia funcioni. La importància del capital social*. Editorial Proa, Barcelona, 2000.

Quinn, Aaron: "Moral virtues for journalists" en *Journal of Mass Media Ethics*, 22(2&3), 168-186, 2007.

Reig, Ramón: *El periodista en la telaraña. Nueva economía, comunicación, periodismo, públicos*, Anthropos, Barcelona, 2007.

Richards, Ian: “Stakeholders versus shareholders: journalism, business, and ethics”, en *Journal of Mass Media Ethics*, 19(2), 119–129, 2004.

Rojas, Gerardo: “El dilema del prisionero: una visión darwinista sobre la moral y la ética”, en *Elementos, ciencia y cultura*, pp. 23-28, Vol. 16, Núm. 74, abril-junio, 2009.

Román, Begoña: “Los retos de la ética en el nuevo milenio”, en *ARS Brevis*. Anuario de la Cátedra Ramón Llull. Universidad Ramón Llull, Barcelona, 2000.

Román, Begoña: “Cap a una ética de la responsabilitat: de Kant a Apel”, en *Comprendre*; nº 1; pp. 19-42, 2001.

Román, Begoña: “Polítics i mitjans de comunicació” en *VVAA: De política i polítis*, pp. 101-111. Centre d’Estudis Jordi Pujol, Barcelona, 2006.

Román, Begoña: “L’ideal de la pluralitat religiosa en un Estat laic” en *VVAA: Llibertat religiosa en un estat laic*, Ed. Claret, p. 73-90, 2010.

Román, Begoña: “Ética de la virtud para la bioética clínica: hábitos, excelencia y conciencia de pertenencia”, en Beca, J.P y Astete C (coord.) *Bioética clínica*, Santiago de Chile, Mediterráneo, 2012, p.62-74.

Rorty, Richard: *Contingencia, ironía y solidaridad*. Paidós, Barcelona 1991. Título original: *Contingency, irony and solidarity*. Cambridge University Press, Nueva York, 1989.

Rorty, Richard: *Ensayos sobre Heidegger y otros pensadores contemporáneos. Escritos filosóficos 2*. Paidós, Barcelona 1993. Título original: *Essays on Heidegger and others*. Cambridge University Press, 1991.

Rorty, Richard: *Objetividad, relativismo y verdad*. Paidós, Barcelona, 1996. Título original: *Objectivity, relativism and truth*. Philosophical papers Volume I, Cambridge University Press, 1991.

Rorty, Richard: *Verdad y Progreso. Escritos filosóficos 3*. Paidós, Barcelona 2000. Título original: *Truth and progress*. The Press syndicate of the University of Cambridge, Cambridge University Press, 1994.

Rorty, Richard: *El pragmatismo, una versión*. Antiautoritarismo en epistemología y ética. Editorial Ariel Filosofía, Barcelona, 2000.

Rorty, Richard: *¿Esperanza o conocimiento? Una introducción al pragmatismo*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2001.

Rorty, Richard: “Filósofos, novelistas y comparaciones interculturales: Heidegger, Kundera y Dickens”, en *Cultura y modernidad. Perspectivas filosóficas de Oriente y de Occidente*. Rorty, R, Apel K.O, Putnam, H, Graham A.C, MacIntyre A, Matilal, B.k, y otros, Editorial Cairós, Barcelona, 2001.

Rorty, Richard: *Filosofía y futuro*. Gedisa, Barcelona, 2002. Título original: philosophie & die Zukunft Fischer Taschenbuch Verlag GmbH. Frankfurt 2000.

Rorty, Richard y Habermas Jürgen: *Sobre la verdad: ¿validez universal o justificación?*, Amorrortu editores, Buenos Aires, 2007.

Rozas E: “La selección de la noticia, entre la importancia y el interés”, en *Cuadernos de Información* N 12, 1997, p. 20-25.

Ruiz, Carlos: *Ética de la audiencia*, Grafite Ediciones, Bilbao, 2003.

Ruiz, Carlos: *La teoría liberal sobre la libertad de prensa*. Tesis doctoral desarrollada en la Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna, Universitat Ramon Llull, Barcelona, 2006.

Ruiz, Carlos: “El silencio de los periodistas ante la censura empresarial”, en *La ética y el derecho de la información en los tiempos de postperiodismo*, Egúzquiza, Ion y Vidal, Vicente (Coord.), 5º Congreso Internacional de Ética y Derecho de la Información, Ed. Fundación COSO, Valencia, 2007.

Sáez Mateu, Ferran: “Democràcia i comunicació: de la inherència a l’anomalia”, en *Trípodos*, número 10, Barcelona 2001.

Sòria, Enric: “Democràcia i llibertat d’ expressió: un debat textual”, en *Trípodos*, número 10, Barcelona 2001.

Scavino, Dardo: *La filosofía actual, pensar sin certezas*, Paidós, Buenos Aires, 1999.

Siurana, Juan Carlos: *Una brújula para la vida moral. La idea de sujeto en la ética del discurso de Karl-Otto Apel*. Editorial Comares, Granada, 2003.

Sloterdijk, Peter: *Normas para el parque humano*, Ediciones Siruela, Madrid, 2008.

Talisse, Robert: *Democracy after liberalism*. Routledge, New York, 2005.

Taylor, Charles: *La ética de la autenticidad*, Paidós, Barcelona 1994.

Thiebaut, C: *Conceptos fundamentales de filosofía*, Alianza Editorial, Madrid, 2007.

Thompson, J.B. and Held, D. (Ed.): *Habermas critical debate*, Macmillan press, London 1982.

Velasco, Juan Carlos: *Para leer a Habermas*. Alianza Editorial, Madrid, 2003.

Velayos, Carmen (Ed.): *Ética y ethos profesionales*, Universidad de Granada, Granada, 2009.

Villacañas, José Luis: “¿Dos éticas? La relación entre la ética de la responsabilidad y la ética de la convicción”, en *Claves de razón práctica* (41), 1994, pp. 22-34.

Villacañas, José Luis: “Responsabilidad y esferas de acción”, en *Isegoria*/29, 2003, pp. 91-106.

Villaroel, Raúl: "Ética del Discurso", en *Bioética. Fundamentos y dimensión práctica*, pp. 85 - 103. Escribar, Ana; Pérez, Manuel; Villarroel, Raúl. Editorial Mediterráneo, Santiago, 2004.

Weber, Max: *El político y el científico*, Colofón, México, 2008.

Recursos web:

Centre de documentació del Col.Legi de periodistes de Catalunya. Ver: <http://www.periodistes.org/ca/home/documentacio/carta-de-serveis.html>

Artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, ONU 1948. Ver: <http://www.un.org/spanish/aboutun/hrights.htm>

Diccionario Wordreference. Ver: <http://www.wordreference.com>

Diccionario de la Real Academia de la Lengua española. Ver: <http://www.rae.es>

Alcoberro, Ramón: *Ètica periodística i de la informació*.

Ver: <http://www.alcoberro.info/V1/eticaperiodis.htm>

Constitución española. Ver: http://www.constitucion.es/constitucion/castellano/titulo_1.html

Principios éticos internacionales de la profesión periodística. Ver:

http://ethicnet.uta.fi/international/international_principles_of_professional_ethics_in_journalism

Códigos de conducta para periodista en países europeos. Ver: <http://www.uta.fi/ethicnet/>