



Guadarrama Rico, Luis Alfonso y Suárez Villegas, Juan Carlos (Eds., 2016):
Cuestiones de Ética de la Comunicación. Madrid, Dykinson, 156 páginas¹.

Aurora Edo²

El debate sobre la ética de la comunicación, inicialmente planteado por Walter Lippmann en la década de los años 20 del siglo pasado, parece estar de plena actualidad. Desde la irrupción de las nuevas tecnologías e internet en todo proceso de comunicación, es un tema de preocupación ascendente como demuestra, en este caso, el libro aquí reseñado. *Cuestiones de Ética de la Comunicación* es una compilación de trabajos e investigaciones desarrollados por varios autores procedentes de países latinoamericanos -México, Chile, Colombia y Brasil- cuyo nexo de unión radica, como el propio título indica, en la ética y deontología de la comunicación en general, y del periodismo en particular. El libro se divide en ocho capítulos, ocho aportaciones al tema principal desde diferentes ámbitos profesionales, académicos y regionales.

Las profesoras Vázquez González, Díaz Pérez y Pérez Damián exponen en el capítulo 1, “La responsabilidad ética del periodista ante el feminicidio en el Estado de México”, el aberrante crimen contra la humanidad que supone el asesinato diario de mujeres en México para analizar cómo lo tratan los medios y proponer cómo deberían tratarlo en pro de su visibilización y conceptualización como un conflicto social de causas estructurales y culturales.

Este aberrante crimen, como señalan las autoras, es un “problema de índole pública”, lo que inevitablemente involucra al Estado en la búsqueda de soluciones. Un Estado que debe ser capaz de garantizar un derecho tan fundamental como es la vida de las mujeres que, día tras día, son asesinadas por hombres. Pero la responsabilidad debe ir más allá y, como agentes de socialización y educación que son, los medios de comunicación pueden contribuir positivamente a erradicar esta lacra social. En este sentido, para las profesoras, de la misma forma que los medios actúan como catalizadores de la violencia, pueden erigirse como defensores de la paz. Para lo que proponen el periodismo, y su reportero, de la paz. Un periodismo que precisa de la objetividad, de la investigación en profundidad y de la

¹ Este trabajo se enmarca dentro del Proyecto I+D+i del Mineco FFI2013-42443-R, y forma parte de la Línea de Investigación *Democracia Deliberativa, Comunicación y Ciudadanía* de la UCH CEU [Web *Delibecracia*: <https://blog.uchceu.es/delibecracia/>].

² Universidad CEU Cardenal Herrera
E-mail: aurora.edo@uchceu.es

responsabilidad ética del periodista -unas funciones que, por otro lado, son exigibles a cualquier tipo de periodismo- para trasladar a la audiencia las dimensiones reales y posibles soluciones de los problemas sociales, con los fines de propiciar el cambio social, formar una opinión pública crítica y construir una sociedad más justa, libre de feminicidio.

¿Ha habido en México una real democratización del espacio público? ¿Y de los medios de comunicación? Esto es lo que se pregunta el profesor Corral Velázquez en su capítulo “Derecho a la información y construcción del debate público en sociedades en transición a la democracia. El caso de la prensa política en México” (cap. 2), donde pone de manifiesto la crucial importancia que tiene el derecho a la información en el periodismo político para poder entender las claves de la democracia.

Pero Corral parte de un (grave) problema, y es que todo proceso de democratización requiere, aparte del derecho de acceso a la información por parte de los ciudadanos y de la rendición de cuentas -*accountability*- por parte de los medios, de la participación de todos los sectores sociales en la toma de decisiones, cosa esta última que no se alcanza sin unos medios independientes. En México, el panorama mediático no actúa como el cuarto poder que debiera: ni vigila, ni critica. Tampoco permite el acceso a toda la diversidad social; solo unos pocos, los grupos más influyentes, tienen el privilegio de acceder a los espacios de debate público, con el consecuente resultado de que su punto de vista, que coincide con el institucional, es el único transmitido por los medios.

Este acceso restringido a los medios y la existencia de una sola visión ideológica han causado el rechazo por parte de la ciudadanía. Esta se ha desplazado hacia la privacidad de sus hogares dado que los temas que se debaten públicamente carecen de interés general, ni les motivan, ni les incitan a la reflexión, por lo que dejan de interesarse respecto a lo que ocurre en la esfera pública. Es pues pertinente coincidir con la conclusión a la que llega el profesor Corral, y es que la democratización de los medios es todavía una asignatura pendiente en México.

Sin embargo, y así lo narra la profesora Pareja Sánchez en su capítulo “Publicidad política y ficción televisiva en la transición a la democracia en México. Marco legal y ética de los medios de comunicación” (cap. 3), la audiencia mexicana -y latinoamericana en general- pasa muchas horas frente a la televisión consumiendo el producto cultural estrella, la telenovela. De la enorme popularidad de la que goza este contenido de ficción se han hecho eco los actores políticos, quienes han integrado sus mensajes político-electorales en el discurso del entretenimiento audiovisual sin que la audiencia sea consciente de ello.

Esta dudosa práctica de colar publicidad política en las telenovelas y demás contenidos de entretenimiento pone de manifiesto la falta de ética y moral del poder político y el escaso o nulo respeto que muestran hacia la audiencia al no hacerles saber que lo que están consumiendo forma parte de una campaña electoral. En concreto, la investigación de la profesora Pareja viene a descubrir cómo el gobierno de Felipe Calderón (2006-2012), marcado por su campaña contra el narcotráfico, buscó en las elecciones federales de 2012 nuevas vías para llegar a la opinión pública. Vías que encontró en los contenidos de entretenimiento televisivo sobre los que no existe un marco regulador. Una manera fácil y efectiva de influir en la ciudadanía sin necesidad de quebrantar normas legales.

En todo este proceso, los medios también son responsables directos al aceptar las artimañas del gobierno, haciéndose más que obvia la buena relación entre medios y Estado. Se hacen patentes no solo la insuficiente regulación mediática, sino también la ausencia de autorregulación de la comunicación y la carencia de ética y sentido de la responsabilidad por parte de los medios, sabedores de su enorme capacidad de influencia sobre la opinión pública.

Una de las preocupaciones recientes que trajo el desarrollo de las redes sociales fue la amenaza que estas suponen para la intimidad y privacidad de las personas. Una amenaza que abordan los profesores Figueroa Ramírez (cap. 4) y Del Prado Flores (cap. 5) en sus respectivas aportaciones a este libro. También de la privacidad trata el trabajo del profesor Rogério Christofolletti (cap. 6), quien no responsabiliza tanto a los propios usuarios como a los gobiernos y sus agencias de inteligencia de la irrupción en la vida íntima de las personas.

La profesora Figueroa destaca, en su capítulo “Nivel de conciencia de los jóvenes sobre los riesgos de las redes sociales para su privacidad e intimidad”, el desconocimiento y la inconsciencia de los jóvenes chilenos sobre las amenazas y riesgos que supone utilizar las redes sociales sin responsabilidad.

Fenómenos como el *cyberbullying*, el *sexting* o el *hacking* de perfiles están a la orden del día en las redes sociales, pero parece ser que los jóvenes no son conscientes de la gravedad de estas amenazas. Se han acostumbrado tanto a ellas -adicción en muchos casos- que no pueden vivir sin contar, mostrar y publicar aquello que hacen, piensan o sienten en el ciberespacio. De ahí que estén eternamente conectados a estos servicios, aparentemente gratis, ya que, como establece la autora citando a Salgado, “nada es gratis, estamos pagando con otra moneda que no conoce divisa: nuestros propios datos”.

Para estos nativos digitales lo importante es estar en Facebook, Twitter y YouTube porque les permite alcanzar, en la realidad ciberespacial, dos grandes anhelos humanos: apaciguar el miedo a sentirse solo y participar en la esfera pública. Y esta constante sobreexposición en la red es juzgada desde dos visiones; una más apocalíptica que considera que las redes sociales han anulado e invisibilizado la privacidad e intimidad, y otra más integrada y menos tremendista que considera que no estamos aireando ahora más que antes nuestros asuntos privados.

Por su parte, Del Prado indaga desde una perspectiva más humanista cómo la comunicación interpersonal se ha visto afectada, negativamente, por la digitalización de la misma a través de las redes sociales. Nos situamos, en palabras del autor, ante una nueva comunicación no real, superficial e ilusoria, que nos hace sentir partícipes de una sociedad supuestamente más democrática. Retomando el enfrentamiento propuesto por Umberto Eco entre apocalípticos e integrados para hablar de papel que desempeña internet en el proceso de comunicación interpersonal, Del Prado enfrenta, también, la hermenéutica digital -defendida por los integrados- a la analógica -propuesta por los apocalípticos-, apostando por esta última como la vía que permite una interpretación crítica y reflexiva del significado actual de la comunicación, evitando caer en esa idea simplista de la “supuesta bondad” que acarrea este tipo de interacción mediatizada.

La violación de la privacidad no solo de las personas sino también de los gobiernos y empresas es el tema central del trabajo del profesor Christofolletti en su

capítulo “Cuestiones de privacidad después del marco civil de internet”. Los casos WikiLeaks y Snowden descubrieron el espionaje a gran escala llevado a cabo por las agencias de inteligencia de países como EEUU. Pero además, pusieron de manifiesto el poder que determinados estados ejercen sobre el resto violando derechos tan básicos como la privacidad y la libertad usando las nuevas tecnologías.

“La vigilancia electrónica” a la que estamos sometidos parece no entender de límites, menos aun cuando el imperio de la red está en manos de omnipotentes conglomerados empresariales que gestionan a su antojo y semejanza nuestros datos personales que ponen a la disposición de los gobiernos. ¿Podría evitarse este negocio con un marco regulatorio? Brasil lo está intentando, pero la seguridad en internet no está garantizada, los mecanismos existentes para la protección de datos en la red son débiles y, por el contrario, estos grupos, como Apple y Google, son demasiado poderosos.

Centrado más en la profesión periodística es el capítulo del grupo Estudio de Rutinas Periodísticas (ERP) -“Periodismo condicionado: Estudio comparado sobre las influencias que afectan a las rutinas profesionales de los periodistas de Chile y Colombia” (cap. 7)- integrado por investigadores de Chile, Argentina, Paraguay, Ecuador, Colombia y México. La crisis de credibilidad por la que atraviesa el periodismo parece ser permanente, pero ¿por qué? El grupo ERP pretende dar respuesta a esta pregunta, ya que su labor principal es detectar cuáles son los factores que impiden a los periodistas desempeñar su profesión con ética y responsabilidad para ofrecer un producto informativo de calidad.

De nuevo, las nuevas tecnologías vienen a suponer una amenaza para el ejercicio del periodismo. Ahora es internet quien manda, quien determina qué es noticia y qué no, con el consecuente resultado de que lo interesante son las noticias banales, frívolas y anecdóticas, típicas del entretenimiento, y ya no los tradicionales asuntos de interés general. Asimismo, la red aporta al periodista abundante información que lejos de ayudarle en su tarea le desborda, le abrumba, y este opta por publicar cualquier información sin criterio periodístico y sin esfuerzo alguno. A esto hay que añadir que las nuevas tecnologías parece que permiten a cualquiera ser *periodista*, lo cual desvaloriza la profesión. ¿Y qué podemos hacer ante esto? Los profesionales lamentan una carencia de formación en el uso de todas estas herramientas que facilita internet y exigen, por tanto, una formación continua y actualizada de las mismas.

Pero el grupo ERP ha detectado otros factores que ya no dependen tanto de la predisposición de los periodistas, como sí de las empresas mediáticas. Hablamos de factores externos que contribuyen a esa desvalorización de la profesión, como son la inestabilidad y sobrecarga laboral a la que están sometidos los periodistas, la precariedad salarial y la falta de acceso a la tecnología adecuada.

Por último, Guadarrama Rico y Suárez Villegas, editores de este libro, presentan la idea de educar en el uso y consumo responsable de internet en el capítulo 8, “Retos de la alfabetización mediática para una ciudadanía activa”. El texto arranca con los pros y los contras de internet: mayor interactividad, mayor comunicación, mayor conocimiento de la realidad, etc., pero la sobreabundancia informativa provoca, a su vez, la desinformación y el aturdimiento del público, “un

efecto placebo” que termina por acomodar a los sujetos: ¿para qué necesitan saber si todo está ahí, en internet?

Por ello, los profesores proponen educar a los usuarios de la red en habilidades psicológicas y sociales para que ejerzan un consumo responsable de esta. Una propuesta, por otro lado, nada nueva, pues ya en 1979 la UNESCO planteaba esta necesidad, a través de la pedagogía de Paulo Freire, de aunar y combinar la educación y la comunicación -educación-, dos disciplinas hasta entonces distanciadas entre ellas.

Las posibilidades de internet para hacer el bien son infinitas, el problema es que la ciudadanía no está preparada para ello, para actuar en pro del bien y del interés común. Más bien, ejerce un uso privado y lúdico de internet, concretamente de las redes sociales. Por lo tanto, y como señalan los autores, la capacidad crítica de la sociedad no viene determinada por los medios de los que disponen, “sino por el uso que hacemos de ellos, para lo cual se requiere [...] un sentido de la responsabilidad cívica y de una ética defensora de los derechos humanos”. A este proceso de educar a ciudadanos capaces de enjuiciar y denunciar la realidad (virtual) a través tanto de la lectura de información como de la producción de contenidos, se le denomina alfabetización mediática.

Para los autores, la educación mediática ha de comenzar desde pequeños en las escuelas. Los niños deben aprender a mirar la realidad, a través de la infinidad de medios de los que disponen -internet principalmente-, de manera crítica. Asimismo, se les debe educar en las emociones, ya que no dejamos de ser personas que conocemos a través de los sentidos, y en la comprensión de que el derecho a ser informado no puede entrar en colisión con otros derechos fundamentales, como la intimidad y privacidad.

En definitiva, nos situamos ante un libro que pone de manifiesto qué papel juegan los medios de comunicación, también internet, y cuál debería ser su responsabilidad para la construcción de una sociedad democrática real. Porque, pese a la apariencia de pluralidad mediática, los medios actúan al unísono como correa de transmisión de la ideología del Estado, convirtiendo a la opinión pública en, más bien, una masa acrítica que ni piensa, ni razona, ni opina. Frente a esto, únicamente cabe apelar a la ética profesional y exigir al periodismo que retome su función social asignada originariamente: actuar de vigilante frente al poder.