

FERNANDO VELASCO

# Ética y periodismo

Somos propensos a olvidar el trabajo, el esfuerzo, el dolor e incluso las vidas que ha costado el conseguir muchas de las cosas buenas que hoy disfrutamos. Sin embargo, no es difícil constatar que la organización del mundo no es la mejor de las posibles y ello apremia a la inteligencia de los hombres en busca de una mejor situación, lo que hace que el hombre esté ensayando continuamente respuestas y explicaciones. La realidad (como en tantas otras ocasiones) actúa sobre nuestros buenos ideales como una ducha de agua fría: Somalia, Etiopía, Ruanda, Zaire... se disputan el primer puesto sobre cuál de ellas ha sido probablemente el mayor horror de este fin de siglo, sin olvidar Argelia, Bosnia, Chechenia, Haití, Irlanda del Norte, Kurdistan, Sri-Lanka, Liberia, el destino de Rusia, (en los últimos 50 años sólo hemos conseguido 60 días de paz completa).

Los desplazados que provocan estos conflictos, la enfermedad del SIDA, el crimen organizado, el mercado de armas, las pruebas nucleares, la "bomba" demográfica, el medio ambiente, el 0'7% que no se cumple, la deuda externa, la incapacidad de las democracias formales para satisfacer las demandas de trabajo, salud, educación, la fuerza de los fundamentalismos, las diferencias culturales y una cultura del "conformismo" tanto en las grandes potencias como en las instituciones internacionales, que sólo suelen reaccionar cuando se ponen en peligro sus intereses, dando prueba de lo que Alain Luppe llama "una pasividad culpable". Más que moverse, lo que hacen es balancearse.

Hemos pasado de un mundo que tenía demasiado sentido y en el que todo podía explicarse, a otro en el que no hacemos más que hacernos preguntas, donde mucha gente no tiene siquiera el consuelo religioso. Todo parece indicar que más que caminar alrededor de ese ideal que nos proponía Kant de la "paz perpetua", en torno al que sí estamos avanzando es hacia el "mercado perpetuo". El sueño ilustrado con su promesa de liberación y de bienestar se ha transformado, en muchas ocasiones, en un camino peligroso, donde muchos se sienten defraudados y engañados.

Fernando Velasco es Profesor de Ética y Deontología en la Universidad Europea de Madrid.

*¿Y si los medios de comunicación en vez de estar creando una conciencia humanitaria y solidaria estuvieran produciendo indiferencia e insensibilidad?*

Ante esta realidad, ¿cuál es el papel de los medios de comunicación y de los periodistas?, ¿cuál debería ser su papel?, ¿cómo influyen los medios de comunicación en las decisiones de los políticos y en las movilizaciones de los ciudadanos? ¿Por qué ustedes, los periodistas -preguntaba el ex Secretario General de la ONU Boutros Boutros Ghali respecto a Somalia-, no se han vuelto a ocupar de ella? Y, sin embargo, en Mogadiscio, la situación es peor que la de hace dos años. En sintonía con el responsable de Médicos sin Fronteras, Boutros Ghali se lamentaba “de que la información eleve al estrellato un conflicto y relegue al olvido otros igualmente crueles”. ¿Tendrá razón el humorista “EL ROTO” cuando recuerda en su viñeta que “las guerras sirven para dar de comer a los telediaros?”

¿Por qué unos conflictos se resuelven y otros se perpetúan? ¿Cómo se informan los informadores? ¿Llegan hasta el final en un conflicto o más bien, los conflictos duran mientras son noticia? ¿Cuando un conflicto ya no acapara los titulares de prensa quiere decir que ya se ha solucionado? ¿Cuántos muertos se necesitan para conseguir o mantener un titular? Recurriendo a los informativos de la televisión, ¿se puede uno considerar informado? ¡Y qué decir cuando los medios periodísticos pretenden promover la ayuda y la solidaridad!

¿Se está poniendo la ética al servicio de los medios de comunicación porque ésta se ha vuelto rentable para promocionarlos? ¿De qué sirve hacer el “bien” si no se hace por la correcta consolidación del medio? ¿La abolición del sufrimiento no sirve en primer lugar para la promoción del benefactor? ¿Son actos de mera cosmética? ¿No es cierto que también de los indigentes se sacan partido y premios? ¿Cuántas organizaciones y medios de comunicación se disputan a los moribundos como botines para sus respectivas causas? ¿Qué pasa con esos gobiernos “humanitarios” que colocan en el conflicto sus armas, que ponen en la tragedia sus intereses económicos?

¿Realmente los medios de comunicación levantan acta del proceso de desinformación y deshumanización que se está produciendo en el mundo? ¿Y si los medios de comunicación en vez de estar creando una conciencia humanitaria y solidaria estuvieran produciendo indiferencia e insensibilidad? ¿Y si la sobreexposición del horror y de la tragedia a través de los medios periodísticos creara saturación e indiferencia? ¿No son ellos mismos los que crean, desgastan y retiran el problema? ¿No es cierto que muchas imágenes sobre tragedias humanas y conflictos armados sólo nos merecen lástima, pero ya no provocan una indignación que tenga traducción política y jurídica?

### **Una realidad imprescindible**

Vivimos y caminamos hacia una sociedad con omnipresencia e influencia de los medios de comunicación. Éstos constituyen hoy una fuente importante de ideas, un medio imprescindible de transmisión del pensamiento y de denuncia de actitudes. Olvidar y hacer caso omiso de esta dimensión esencial,

sería desconocer una de las vías que marcan el ritmo interior de nuestro mundo. Los medios de comunicación condicionan el comportamiento de los políticos y de los ciudadanos ante los distintos conflictos y problemas de la humanidad, con la responsabilidad que acarrea tener claro cuál es el criterio de selección de los grandes problemas. El mundo es interpretado por los medios periodísticos. Incluso existe contaminación informativa, un exceso que puede incluso impedir el acceso adecuado, con las consecuencias que ello tiene para una perfecta comprensión de los problemas y la consiguiente toma de decisiones, pues el lector busca en el periódico conocer lo que realmente ocurre a su lado.

Los medios de comunicación son uno de esos grandes inventos del hombre que han hecho posible acercar a cada uno de nosotros todo aquello que jamás podríamos ver ni sentir al no poder estar allí. Permiten ver y sentir sin estar. Ello ha provocado una mayor conciencia social a nivel mundial sobre los conflictos y las víctimas. Así, "hoy existen" -según la Comisaria de Asuntos Humanitarios de la UE, Emma Bonino- "50 millones de personas que sobreviven gracias a la ayuda humanitaria".

Ninguna imagen de televisión, ni reportaje periodístico o radiofónico de la tragedia de Bosnia, Ruanda, Chechenia, Zaire... pudieron prevenir las causas de fondo que las provocaron. Pero también sin tales informaciones, las cosas hubieran ido mucho peor. El ex Secretario General de la ONU, Boutros Boutros Ghali, recuerda que "bajo los focos de los medios de comunicación es más fácil obtener atención, dinero y material".

## **El compromiso social**

Los adelantos tecnológicos le han conferido a los medios de comunicación la posibilidad de desarrollar una información que no sólo pueda proporcionar criterios para analizar nuestra situación presente, sino también decisiones y soluciones sobre cuestiones capitales de la vida del hombre. La información que debe dar pie a pensar y a conocer debe abarcar desde la percepción del mundo exterior hasta una opción. El periodismo actual debe ser un periodismo social al que no le baste con informar, sino que busque las causas y, si fuera posible, apunte soluciones. Los medios de comunicación pueden ensanchar el horizonte de los motivos y hacer posible la comparación de las distintas respuestas.

El periodista se convierte en un "funcionario de la humanidad", donde los conflictos no los investiga y relata como objetividades ajenas al hombre. La información se hace esencialmente crítica. El periodista sabe que describir es seleccionar; seleccionar es evaluar; evaluar es criticar. El intento de presentación pretendidamente imparcial de los hechos ya es en sí mismo una mentira. Éstos aparecen de antemano cargados de valoración en la simple presentación y la opinión sin juicio es una repetición muerta. La definición de una información, la aclaración de un hecho, precisan una intención y una explicación para que pueda ser comprendido. La función de los medios de comunicación es echar luz sobre los sucesos del hombre y no crear espacios de apariencia

*Los medios de comunicación constituyen un poderosísimo instrumento contra la barbarie, los conflictos armados y la insaciable ambición del poder.*

que lleven al ciudadano a la “idiotización” ilustrada. A partir de ahí, separamos lo examinado de lo no comprobado, lo verdadero de lo falso, lo aceptado de lo pensado por sí mismo.

Con todo ello no se reivindica un periodismo “panfletario”. El valor periodístico no se le atribuye a un trabajo por el mero hecho de estar comprometido socialmente. Los medios de comunicación constituyen un poderosísimo instrumento contra la barbarie, los conflictos armados y la insaciable ambición del poder. El potencial crítico y testimonial que siempre ha inspirado a los periodistas es tan importante hoy como lo ha sido siempre, y hacer dejación de tal actitud sería un cínico planteamiento.

## **El cuestionamiento de lo establecido**

### ***La información como mercancía***

No se puede olvidar, a la hora de entender si los medios de comunicación sirven para la comprensión de la realidad o la condicionan, que las principales agencias de comunicación son empresas comerciales que actúan sobre la base del principio de rentabilidad, vendiendo un producto muy particular: información. La ley del mercado rige los programas en función de la audiencia, que a su vez determina la publicidad.

Esto provoca que aquella vocación de servicio público y que le hacía considerar al periodista la información no como una mercancía sino como un bien social, se haya convertido en estos momentos en preocupación por el control de los costes, la rentabilidad de los activos y por satisfacer a los consumidores. Lo que la gente quiere leer, ver y escuchar es ahora mucho más importante en la valoración de la “noticia” que si ésta es relevante, exacta, formativa... o está en el contexto que le confiere todo su significado.

### ***La información como rentabilidad***

¿Hay todavía periodistas o lo que hay es gente asalariada del empresario de turno que escribe en un periódico?

Algunos han creído resolver el problema tratando de eliminar del periodismo todo lo que pudiera chocar con los poderes establecidos y con las audiencias. De este modo, habría que apartar de las preocupaciones de los lectores, oyentes o televidentes todo lo que fuera del dominio de la crítica y contra el “pensamiento único”. Quizás así el periodismo pueda llegar a ser al fin un negocio y artículo periodístico y comercial se identifiquen.

En cuanto negocio, al periodista le importa menos saber qué es todo lo que dice y piensa que obtener audiencia. Hoy el Fausto de los medios de comunicación no vendería su alma al diablo a cambio de la eterna profesionalidad de un gran reportaje, información o noticia, sino por la audiencia y la primicia. En la actualidad, la mayoría de los temas de fondo se van a un lugar apartado y sólo flotan y aparecen las imágenes impactantes y

los discursos vulgares y triviales. Todos están seguros de que lo que interesa es lo que vende; lo rentable es todo lo que incluye violencia, sufrimiento y muerte.

Javier Bauluz (Premio Pulitzer) sostiene que “las noticias sin sangre suficiente, sin el dolor brutal y masivo frente a la cámara parece que no son noticia, no venden (...) donde el derecho a la información es una pura basura que se confunde con el de asistir al circo”. En definitiva, para llenar y rellenar en los medios de comunicación da lo mismo el sufrimiento pasional por el divorcio de los personajes famosos de turno, que el padecimiento de los miles y miles de desplazados por conflictos armados por las hambrunas. Los medios de comunicación viven de ambos.

### ***La falacia del “cuarto poder”***

La idea de los medios de comunicación como contrapeso crítico frente a los poderes establecidos- políticos, económicos, religiosos, etc.- y en beneficio de los principios de libertad, justicia y verdad no ha funcionado como era de desear. El discurso de los medios de comunicación se da en un marco de “colaboración” con los poderes, que subordinan la información a principios informativos basados en el no enfrentamiento. Esa es la verdadera función de los medios de comunicación que han sido digeridos por el sistema: hacer y representar el gesto de la crítica. Una crítica conducente únicamente a la recreación de lo existente como lo deseable y lo justo, donde la apariencia de opiniones diversas (en el fondo la misma) en las distintas empresas multimedia (con el mismo accionariado) y el supuesto cambio en los actores dentro de los medios de comunicación mantiene la fe de que las cosas podrían ser de otra manera.

### ***El periodismo como actitud***

Sorprenden enormemente las proclamas constitucionales e internacionales que recuerdan y anuncian que los programas, reportajes e informaciones deben basarse en “el respeto a los ideales democráticos”, “fomentar la paz, la justicia y la verdad”, o estar al servicio del “entendimiento de los pueblos” y los hombres, cuando todo ello se intenta ver plasmado en la realidad diaria de los medios de comunicación. Esos hermosos principios suenan, muchas veces, como una carcajada en un funeral cuando uno observa la programación existente de shows, spots, etc. y comprueba la similitud y uniformidad que lleva al oyente, lector o televidente a no distinguir lo verdadero de lo falso, lo importante de lo secundario, en definitiva, a igualar lo que es diferente. La programación que los medios de comunicación ofertan diariamente es variada y diversa y, sin embargo, todos los días suena y sale lo mismo.

En un planteamiento así, el criterio principal para informar pasa a ser el fomento de una situación compatible con el *statu quo* internacional, en lugar de informar para sensibilizar y reflexionar sobre los posibles cambios.

*Es la misma  
esencia de los  
medios de  
comunicación  
la que  
convierte la  
realidad en  
espectáculo.*

Es muy difícil no ver cierto grado de cinismo cuando los medios de comunicación entre anuncios de productos de consumo informan sobre el hambre; entre reclamos de vinos y licores comunican los estragos de las sequías; entre las divulgaciones de las pléyades de los famosos que nacen dan cuenta de los niños que se mueren al nacer; entre la proclamación de que fuera de la Iglesias no hay salvación se advierte de que al margen del Fondo Monetario Internacional no hay solución; entre notificaciones de fiestas, recepciones, conciertos... se pone al corriente de los muertos que se amontonan por los conflictos armados.

### ***La insensibilidad como resultado***

Se plantea un interrogante sobre si los medios de comunicación no sólo no están sirviendo como respuesta válida frente a los conflictos armados, sino que incluso se han podido convertir en un complemento perfecto para "legitimar" las desgracias provocadas por dichos conflictos. Lo que los medios de comunicación transmiten no es una simple copia de la realidad. Las noticias, hechos, sucesos, muertos, etc. son maneras de concebir las cosas tal como están establecidas en la naturaleza de los medios informativos.

Pascual Bruckner dice que los medios de comunicación no sólo son responsables de la información que existe, sino también de "la insensibilidad" que se está instaurando. Es la misma esencia de los medios de comunicación la que convierte la realidad en espectáculo y tiene la posibilidad de acercar o de alejar un conflicto. Esta forma de presentar la realidad, lejos de impulsar hacia la movilización y de estimular la solidaridad ante la injusticia, instala en la indiferencia y en la consideración de que en los lugares conflictivos sólo cabe la catástrofe permanente.

Ahora nos encontramos superinformados y conocemos lo que ocurre, pero esa información es inútil. Ésta informa pero no compromete. Los individuos y las sociedades necesitan ver para saber, ver lo más posible para saber dónde se encuentran y qué está pasando. Pero es una ingenuidad pensar que el simple hecho de ver, de mirar a través de los medios de comunicación, se convierte en saber y en obligación que nos alcance y comprometa. Resulta una coartada de muy mal gusto creer que basta sacar a la luz las miserias del mundo y del vigente orden internacional, de hacer públicos los desmanes de los gobernantes, para que se desactiven los conflictos o se resuelvan las tragedias humanitarias. "Una vez cubierto el momento álgido del retorno y los combates, nos olvidamos del escenario del dolor: de los miles de personas que quedan en la selva zaireña y de la pléyade de problemas (de derechos humanos, de explotación de la tierra, de viviendas, de reparto del poder) que ahora surgirán en el interior de Ruanda", escribe Alfonso Armada, corresponsal de *El País* para África.

## **Más allá de lo establecido**

### ***La función del periodismo ante los conflictos armados***

Se considera que el periodista fundamenta su razón de ser, tanto en la información que da, como en la opinión que ofrece. Su papel es de testigo y analista de lo que sucede, acercando y trasladando a la sociedad los problemas y causas fundamentales del conflicto: qué ocurre, qué consecuencias tiene, quiénes son los protagonistas, qué hay detrás de la noticia, ... En definitiva, lo importante es “qué cosa” se discute. No es información lo que falta. Sin embargo, la naturaleza periodística se ha estropeado al haber implantado en ella como impulso fundamental la “primicia”. En el periodismo hay algo más que moda, aplausos, audiencias, actualidad, a no ser que se quiera caer en la uniformidad y en el sensacionalismo y de esa forma contribuir cada vez más a desdibujar la línea que separa el periodismo -calidad, rigor, interés, compromiso- del espectáculo.

Ser periodista ante un conflicto armado constituye ser algo más que portavoz (mostrarlo) y bocina (filmarlo) de un medio de comunicación. Consiste en interpretar e investigar el por qué de las cosas. El problema lo crean aquellos profesionales del periodismo que pretenden escrutar profundamente todas las evidencias, y son, sin embargo, los más dispuestos a aceptar el testimonio de los más grandes impostores: los representantes del poder. De esta forma, se reduce fuertemente su credibilidad, lo que “se impone como verdad es” - recuerda Ignacio Ramonet, director de *Le Monde Diplomatique*,- “lo que repiten todos los medios” como única versión y visión de lo que ocurre.

### ***La educación de la mirada***

Jamás ha habido en la historia de la humanidad la posibilidad de contemplar, leer y escuchar la cantidad de horrores y aberraciones que a lo largo y ancho del planeta provocan los conflictos armados. Tal situación plantea si ese cúmulo de crueldad, que además puede venir presentado en un formato que suaviza la realidad y que confunde el continente con el contenido, es capaz de hacer reaccionar a los hombres, o por el contrario, por mera supervivencia o por falta de formación se acepta como normal y lejano lo que no deja de ser patológico y cercano.

Es preciso, por tanto, que los medios de comunicación ayuden en la formación del leer, del escuchar, del contemplar, y que constantemente apunten e insinúen que las causas de los conflictos armados y su consecuente crueldad tienen remedio. Quizá el ser humano no pueda convivir con la vileza por mucho que los medios de comunicación insensibilicen y suavicen los conflictos.

### ***Recobrar las palabras***

Hay que tener muy presente que no se piensa sin palabras y que no da igual utilizar unas que otras. Aristóteles recuerda que “la palabra es para manifes-

*Hay todo un "cinismo expresivo" que consiste en "dar por supuesto" lo que dista mucho de ser evidente.*

tar lo conveniente y lo dañoso, lo justo y lo injusto". La palabra puede ser tan ilustradora como falsificadora. Por tanto, el lenguaje se manifiesta como una forma de acción. Las palabras no son algo distinto de lo que se lleva a cabo.<sup>1</sup>

El problema surge cuando lo que se instala en el mundo es una cultura de la ambigüedad, donde detrás de las modas de unos y el negocio de otros, subyace un propósito reaccionario: adormecer con palabras e imágenes una realidad condenable, que permanece, donde sólo es verdad lo que existe en conformidad con el orden establecido. Hay todo un "cinismo expresivo" que consiste en "dar por supuesto" lo que dista mucho de ser evidente y puede ser rigurosamente falso. Incluso detrás de la aparente variedad de medios, el mensaje puede resultar muy parecido.

En el lenguaje de "lo políticamente correcto", como recuerda Lewis Carroll, "quien manda determina el significado de las palabras" y de las imágenes. Se trata del lenguaje que no se utiliza para comunicar, argumentar, informar, sino para instrumentalizar, confundir, banalizar y crear en el público aquellos sentimientos que convienen a los intereses de los poderosos. Así, en la famosa guerra del Golfo se decía que "la guerra era limpia", "las bombas inteligentes", "los bombardeos quirúrgicos". Del mismo modo, se justifica que por necesidad militar y de seguridad se hacen ensayos nucleares. En línea con ésto, Eduardo Galeano recuerda que "los muertos por bombardeos ya no son muertos: son daños colaterales; los pobres se llaman carentes; los países pobres son países en vías de desarrollo; un negro es un hombre de color; las torturas se llaman apremios ilegales y no se dice capitalismo, sino economía de mercado".

¿Acaso no nos basta la palabra para adular al poder establecido que necesitamos además golpear con ella a los indefensos? Quizá se ha hecho todo tan excesivamente obvio que la gente ya no se molesta ni en sospechar. Ante semejante situación es tarea urgente "reacuñar las palabras" y restaurar la conexión entre éstas y el mundo. Leer palabras sin poder meditarlas, oirlas sin pensarlas, ver imágenes sin reflexionarlas es de lo más estúpido y funesto para la mente.

Resulta curioso que, siendo la palabra la única vía que tienen los humanos para la comprensión, muy pocos periodistas explican las razones y los pasos que han conducido a tal conflicto o hablan de los errores cometidos o de los negocios ocultos. Eso sin referirse a los que ya no creen en los términos que emplean: libertad, solidaridad, justicia, etc. Un periodismo que no cree en sus propias palabras es un periodismo muerto.

### **Ética y periodismo frente a los conflictos armados**

Los medios de comunicación no sólo informan sino que también conforman una determinada figura social. En la actualidad, éstos son, en gran medida, los que definen lo que se entiende por bueno, correcto, incorrecto y delictivo.

<sup>1</sup> Vygotsky: Una palabra es un microcosmos de la conciencia humana.



El debate público viene enmarcado por lo que acerca de él dicen los medios de comunicación.

La ética es la encargada de aportar soluciones a los problemas humanos para conseguir una vida mejor. La ética representa lo que siempre está en nuestras manos y que jamás podemos delegar en nadie. Vivir no es sólo pensar, informar, sino también elegir y preferir. De ahí que la ética sólo surge cuando se actúa y no por el mero hecho de hablar de ella. La propuesta que hace la ética es lo que debería ser, frente a lo simplemente dado. La libertad no es entendida como tal para hacer lo que se antoja, sino para hacer lo que se debe. La libertad es la articulación crítica (con criterio) de cierto inconformismo, la que pone límites para que el otro no sea instrumentalizado.

En la ética se construye y se intenta salir de la ley de la selva. El hombre no quiere vivir en un régimen de naturaleza donde “el grande se come al chico”, sino que aspira a tener derechos, sin ser el más fuerte del grupo, por derecho. Pero reclamar derechos supone aceptar un proyecto de acción y de compromiso para la consecución y la realización de los mismos. De lo contrario, sólo se entonan buenas intenciones. Lo opuesto de la ética es el olvido de la humanidad. El interés por los desposeídos representa un progreso y un orgullo para la civilización. Más vale un poco de generosidad aunque ésta sea por vanidad. ¿Tiene algo que decir la ética al periodismo?

Recientemente, el escritor colombiano Gabriel García Márquez en la presentación de su libro *Crónica de un secuestro* recordaba que “sin ética no hay buen periodismo” y, más aún, que “la ética debe acompañar al periodista como el zumbido al moscardón”. Ello quiere decir que el periodista no sólo transcribe hechos, enseña fotos... sino que también transmite valores. El que deba aceptar que nada es cierto hasta su verificación, no le autoriza a que todo le esté permitido. De este modo, hay reporteros honestos que buscan el hecho y no el soborno, redactores que apuestan por la noticia y no por el escándalo, comentaristas que prefieren la confrontación de ideas y no la guerra de complicidades y de verdades a medias.

El oficio pernicioso de los malos medios de comunicación es que hacen soportable cualquier forma de periodismo, cuando únicamente desde los principios de la libertad y de la razón, a través del ofrecimiento y la persuasión tolerante, se pueden engendrar valores que den lugar a otro tipo de periodismo y de compromiso.

Lo razonable sería que el periodista fuera lo más parecido posible a ser persona y que recordase siempre como dice Peter Kann, “que somos en primer lugar seres humanos antes que periodistas”. De igual forma, para Javier Bauluz “antes que fotógrafo soy un ser humano, cuando no hay nadie más y veo que soy el único que puede hacer algo, lo hago”. Un periodista no es independiente de lo que suceda a su alrededor, para lo cual debe saber en todo momento a qué atenerse sobre sus funciones y competencias. El periodista ha de saber definir los problemas, buscar y aportar los datos importantes, así como formular las posibles y más recomendables soluciones. Todo ello desde la máxima objetividad y la responsabilidad de los juicios emitidos y de las téc-

*Muchas de las noticias no existen para la gente si no le conciernen.*

nicas empleadas. Consiste en plantearse el periodismo con sentido de servicio y de autocrítica. No hay peor cosa que no saber para qué sirve lo que se hace, qué bienes se intenta producir y qué servicios se intenta prestar.

Competencia y responsabilidad son imprescindibles. La hipocresía se halla en creer que la libertad del periodismo carece de responsabilidad. Sin embargo, el que es responsable tiene el deber de hacer bien aquello que le compete, tiene la obligación de verificar la información, de comprobar la calidad del producto, de controlar con rigor la formación permanente y la revisión crítica de sus conocimientos, así como el compromiso por llegar hasta el final en una información. No es lo mismo disponer de “datos” y tener alguna “información” que saber. Hablar bien de los problemas y comprender qué pasa es más complejo de lo que parece. Además hay que saber no sólo lo que hay, sino lo que sería bueno que hubiera.

Un periodista no debe tener pereza para argumentar, informar, intentar convencer, escuchar y dejarse convencer. El problema surge cuando el periodista tiene que ser, no el que está escribiendo o el que está hablando, sino alguien de quien se escribe, uno más de quien se habla.

### **La actitud del ciudadano**

¿Qué hace el ciudadano con unos conflictos armados que conoce mal y que superan sus capacidades? ¿Se convierte en mero espectador? ¿Resultará cierto lo que decía con cierta dureza Horacio: “la gente quiere ser engañada”? ¿Es verdad que desde los medios de comunicación se le ofrece al ciudadano lo que éste demanda?

El telespectador, el lector, el oyente, en definitiva el ciudadano, no es alguien ingenuo que acepta sin más lo que le dan. Él también manipula el medio para imponerle sus preferencias y si éste no las satisface se verá desconectado (zapeando).

El espectador también se conecta a los medios de comunicación para desconectar, prefiere ser conmovido a informado, o elige la emoción a la reflexión, cuando no opta por una santidad sin esfuerzo: comprando tal producto y acudiendo a tal festival conseguimos hacer el bien sin comprometernos y además de forma divertida. Muchas de las noticias no existen para la gente, si no le conciernen. Bernstein recuerda que “hay muchos modos en que se puede hacer a una persona inofensiva, ser fusilada no es el único”.

Todo apunta a que no es lo mismo disponer de “datos” y tener “información” que saber. El saber con conocimiento de causa es un acto activo y comprometido. Los ciudadanos tienen que perfeccionar su capacidad de entendimiento sobre los temas cada vez más complejos que les afectan si no quieren que la democracia sea una ficción.

### **Conclusión**

Los medios de comunicación han adquirido una importancia creciente, tanto en la conformación de la cultura ciudadana como en la posible comprensión

de lo que ocurre en el mundo, con el riesgo que ello conlleva de que la humanidad comparta cada vez más la misma información y objetivos. La información ha dejado de ser un relato de la realidad para convertirse en la realidad misma. Todo ello plantea serios interrogantes: ¿son los medios de comunicación el lugar más seguro desde donde se puede contemplar el mundo?, ¿es el testigo fiable y la base de datos para la reflexión y la comprensión?, ¿y si su papel fuese el de proteger -con críticas- al poder establecido, dado que la información, en cuanto relato de la realidad, es idéntica al orden establecido? ¿Estamos utilizando a los medios de comunicación para entendernos o para enfrentarnos?

Los medios de comunicación que originariamente han estado siempre contra los poderes vigentes tienden cada vez más a identificarse con ellos. Se han convertido en manifestaciones de la “voluntad de poder” bajo la forma de información. Desde ahí, para los medios de comunicación, informar se traduce en imponer sus valores a la realidad para conseguir apoderarse de ella. En muchos lugares, a los noticiarios de radio y de televisión se les sigue llamando “el Parte”.

Nada se conserva sin los medios de comunicación. Todo lo que sale a través de ellos se mantiene. El lema es: aprended a salir en los medios periodísticos y seréis noticia. De ahí que muchas misiones políticas y tareas informativas estén más dedicadas a la denominada “visibilidad” que a la concienciación de la ciudadanía hacia las verdaderas causas de los conflictos.

A esto se añade la supremacía creciente de los técnicos, donde lo que interesa más que el sentido y el por qué de lo que ocurre es que la iluminación sea la correcta y la cámara la adecuada, cuando no aparece el reportero-comerciante que compra el vídeo de un turista para transmitir su contenido.

Llama la atención que el discurso se simplifique en un momento en que el mundo se ha vuelto más complejo. Muy pocos medios de comunicación explican las razones, las causas, ni los motivos que han conducido a los conflictos armados y tragedias humanas, ni se habla de los fallos cometidos, ni de los negocios ocultos. Los conflictos armados son algo más que una lucha entre buenos y malos.

No se puede seguir haciendo uso de los desastres, catástrofes, desgracias humanas y conflictos armados para aumentar las audiencias e ingresos publicitarios. Es triste que la “lucha” entre medios de comunicación sea muchas veces más comercial que de ideas. Es preciso recordar que en la información hay algo más que moda y aplausos. La actualidad y la primicia no deben ser el referente último por el que deban de estar atrapados los medios de comunicación, a no ser que quieran caer en la uniformidad y el sensacionalismo.

La rapidez e inmediatez que imprime la actualidad hace que la atención del público relegue al olvido conflictos y guerras que en su día ocuparon las primeras páginas de los periódicos. ¿Hay muertos que interesan y muertos que no interesan? En definitiva, hay que abogar por un no rotundo a las noticias e imágenes reductoras, simplificadoras o que generalizan y esconden la

*No se puede seguir haciendo uso de los desastres, desgracias humanas y conflictos armados para aumentar las audiencias e ingresos publicitarios.*

diversidad de situaciones, un rechazo tanto a las noticias e imágenes idílicas como a las patéticas y catastrofistas. Por el contrario, se debe tender a la información próxima y completa, a la realidad que enseña a ver qué hay detrás de la noticia y que permite una toma de conciencia: "la noticia humanizada completa, para que el lector conozca el hecho como si hubiera estado allí", sostiene García Márquez.

Hay, en definitiva, que abandonar sensacionalismos y primicias, pero no para jugar a una falsa neutralidad, sino para asumir el compromiso de la verdad y de lo justo.

### **Bibliografía**

- VV. AA., *Raíces de los conflictos armados*, Anuario CIP, Ed. Icaria, 1996.
- VV. AA., *La situación del mundo*, Informe del Wordwatch Institute, Ed. Icaria, Barcelona, 1996.
- VV. AA., *La aldea Babel. Medios de Comunicación y Relaciones Norte-Sur*, Ed. Deriva, Intermon, Barcelona, 1994.
- M. Aguirre, "Los dilemas del intervencionismo humanitario", *Política Exterior*, nº 47, 1995, pp. 120-131; *Los días del futuro. La sociedad internacional en la era de la globalización*, Ed. Icaria, Barcelona, 1995; "Los desafíos del siglo XXI", *Cuatro Semanas*, nº 4, 1993, p. 42.
- C. Alonso Zaldivar, *Variaciones sobre un mundo en cambio*, Ed. Alianza, Madrid 1996.
- M.F. Bernier, "El civismo contra el cinismo", *Le Monde Diplomatique*, nº 9-10, 1996, p. 14.
- N. Bilbeny, *Europa después de Sarajevo*, Ed. Destino, Barcelona, 1996.
- E. Bonet Perales (Coord.), *Éticas de la información y deontologías del periodismo*, Ed. Tecnos, Madrid, 1995.
- W. Brandt, *La locura organizada*, Ed. Círculo de Lectores, Barcelona, 1988.
- P. Bruckner, *La tentación de la inocencia*, Ed. Anagrama, Barcelona, 1996.
- F. Brune, "Nefastos efectos de la ideología política mediática", *Cuatro Semanas*, nº 5, 1993, p. 10.
- V. Camps, *Virtudes públicas*, Ed. Espasa-Calpe, Madrid, 1990.
- H. Cleveland, *Nacimiento de un nuevo mundo*, Ed. El País-Aguilar, Madrid, 1994.
- "Cooperación para el desarrollo y solidaridad internacional", *Iglesia Viva*, nº 184-185, 1996.
- N. Chomsky y E.S. Herman, *Los guardianes de la libertad*, Ed. Grijalbo-Mondadori, Barcelona, 1995.
- N. Chomsky, *El nuevo orden mundial (y el viejo)*, Ed. Crítica, Barcelona, 1996.
- R. De Montes, "Armas contra el tinieblas", *D-16 Culturas*, 1 de febrero de 1997, pp. 4 y 5.
- R. Díaz-Salazar, "La política española tras Ruanda-Zaire", *El País*, 26 de diciembre de 1996, p. 18

- Y. Dror, *La capacidad de gobernar*, Ed. Círculo de Lectores, Barcelona, 1994.
- El defensor del lector, “Medios de comunicación y tragedias humanitarias”, *El País*, 22 de diciembre de 1996.
- “El estado de la prensa” (monográfico), *Archipiélago*, nº 14, 1993.
- M. Ferrero, “Medios y Comprensión del mundo”, *Le Monde Diplomatique*, nº 21, 1995, p. 4.
- E. Galeano, “Palabras que quieren olvidar el olvido”, *Cuatro Semanas*, nº 5, 1993, p. 38.
- E. Galeano, “Sobre los medios de incomunicación”, *Le Monde Diplomatique*, nº 3, 1996, pp. 1-32.
- E. Giordano y C. Zeller, “El furor de los *reality shows*”, *Cuatro Semanas*, nº 11, 1993, p. 38.
- G. Guillaume, *Las grandes crisis internacionales y el derecho*, Ed. Ariel, Barcelona, 1995.
- S. Halimi, “Los medios de información y los indigentes”, *Le Monde Diplomatique*, nº 3, 1996, p. 10.
- S. Halimi, “Los periodistas norteamericanos bajo sospecha”, *Le Monde Diplomatique*, nº 9-10, 1996, p. 14.
- S. Halimi, “Periodismo de día a día”, *Le Monde Diplomatique*, nº 1, 1995, p. 29.
- M. Howard, *La cultura del conflicto*, Ed. Paidós, 1995.
- P. Kann, “Sobre la libertad de prensa y sus carencias”, *Cinco Días*, 11 de marzo de 1996, pp. 8-9.
- A. King y B. Schneider, *La primera revolución global*, Informe del Consejo del Club de Roma, Ed. Círculo de Lectores, Barcelona.
- H. Kung, *Proyecto de una ética mundial*, Ed. Trotta, Madrid, 1992.
- T. Matala, “La crisis de la ayuda humanitaria”, *El Correo*, 13 de enero de 1997.
- A. Mattelart, “¿Cómo resistir a la colonización de las mentes?”, *Le Monde Diplomatique*, nº 2, 1995, p. 32.
- A. Mattelart, “Los nuevos escenarios de la comunicación mundial”, *Le Monde Diplomatique*, nº 12, 1996, p. 28.
- F. Morán, “Una pedrada en el estanque”, *El País*, 31 de diciembre 1996.
- E. Morin, *Pensar Europa*, Ed. Yedisa, Barcelona, 1994.
- J. Nyerere, “La ayuda condicionada empobrece al Tercer Mundo”, *Cuatro Semanas*, nº 10, 1993, p. 48.
- I. Ramonet, “Medios de comunicación condicionados”, *Cuatro Semanas*, nº 15, 1994, p. 48.
- I. Ramonet, “Informarse cuesta”, *Le Monde Diplomatique*, nº 1, 1995, p. 1.
- I. Ramonet, “Los nuevos amos del mundo”, *Le Monde Diplomatique*, nº 2, 1995, pp. 1 y 2.
- I. Ramonet, “Comunicación, mercado y libertad”, *Le Monde Diplomatique*, nº 4, 1996, p. 1.
- I. Ramonet, “El pensamiento único”, *Le Monde Diplomatique*, nº 7, 1996, p. 2.

- A. Remiro Brotons, *Civilizados, Bárbaros y Salvajes en el Nuevo Orden Internacional*, Ed. McGraw-Hill, Madrid, 1996.
- E. Roskis, "Fotografía y verdad", *Le Monde Diplomatique*, nº 14, 1996, pp. 26-29.
- B. Schneider, "El escándalo y la vergüenza de la pobreza y el subdesarrollo", *Informe del Club de Roma*, Ed. Círculo de Lectores, Barcelona, 1995.
- P. Sloteraijk, *Crítica de la Razón cínica*, T.II, Ed. Taurus, Madrid, pp.117-127.
- V. Sommer, *Elogio de la mentira*, Ed. Círculo de Lectores, Barcelona, 1995.
- C. Soria, *Prensa, Paz, Violencia y Terrorismo*, Ed. Eunsa, Pamplona, 1990.
- R. Tamames, *La reconquista del paraíso. Más allá de la utopía*, Ed. Temas de hoy, Madrid, 1993.