

LA PANDEMIA DE LA DESINFORMACIÓN: UNA AFRENTA INELUDIBLE

Recibido: 28 junio 2021* Aprobado: 6 agosto 2021

JOSÉ FRANCISCO CAMACHO MARÍN

Universidad de Deusto

franciscocamacho60@gmail.com

Resumen

El aumento de la cifra de usuarios de la comunicación a distancia durante la pandemia del COVID-19 respondió a las restricciones de movilidad, lo cual resultó en un aumento de la réplica de mensajes e informaciones provenientes de cualquier fuente, hecho que impide llamar "periodismo" a estas conductas sociales.

En estas líneas no hemos querido simplemente consignar el hecho coyuntural o la tendencia que se evidencia sobre esta realidad, sino buscar alternativas que colaboren al rescate de la veracidad y del compromiso social al que están llamados los profesionales de la comunicación.

La formación profesional del comunicador debe suponer una ética que prevenga sobre el riesgo que se corre al confundir el ejercicio de la libre expresión de ideas y opiniones, frente a la encomienda que se le otorga al profesional de la comunicación y a las empresas como promotores y salvaguarda del derecho a la información.

Palabras clave: comunicación, profesión, ética, cibercultura

Abstract

The increased number of electronic communication users, during COVID19 pandemic, is a response to the mobility restrictions, which lead to an increased number of replicated messages and information from any source. By no means, this social behavior can be called "journalism."

We are not simply confirming the circumstances or the evident tendencies regarding this reality, but searching for alternatives that promote veracity and the call from communication professionals, to social commitment as well.

Professional communication training must entail ethics that foresee the risk of confusing free speech exercise and opinions, with the duty given to these professionals and enterprises, as keepers and developers of information rights.

Keywords: communication, profession, ethic, cyberculture

...el profesional de la comunicación ha de reivindicar su estatus como profesional que piensa, incluso, como informador filósofo, como narrador de la actualidad capaz de realizar juicios críticos desde buenos criterios y buenas razones...

Victoria Camps,

Los relatos del mundo: entre la objetividad y la imparcialidad

UN VISTAZO A NUESTRA REALIDAD

En una época inédita de la historia, esto es, la amenaza de una pandemia en medio de la libertad irrestricta que permiten los dispositivos móviles y las llamadas “redes sociales”, los sentimientos y las opiniones –con o sin fundamento– se convirtieron en el vehículo del miedo, en el vehículo de teorías conspiracioncitas que compiten con cifras cuyo fundamento científico y “oficialidad” es defendida por sus voceros.

En las llamadas redes sociales han proliferado lo mismo exhortaciones a la paz interior, que fórmulas de convivencia, o arengas a desoír el llamado de medidas sanitarias. Los modernos canales de la comunicación se convirtieron en un campo de incertidumbre y pusieron en tela de juicio –una vez más– tanto el concepto “científico” (calificativo que cualquiera con un dispositivo podría utilizar para respaldar sus opiniones) como la veracidad de los encabezados que en canales de Youtube, Twitter, Facebook y otras plataformas publicaron –sin ninguna restricción– informaciones médicas, estadísticas, jurídicas...¹

¹ El 11 de mayo de 2020, al colocar en el buscador de Google, la leyenda “La verdad sobre las cifras del COVID-19”, la herramienta arrojó un total de 59 millones de resultados. (https://www.google.com/search?q=la+verdad+sobre+las+estadisticas+del+covid&rlz=1C1ZKTG_esMX875MX876&oq=la+verdad+sobre+las+estadisticas+del+covid+&aqs=chrome..69i57j33.16929j0j8&sourceid=chrome&ie=UTF-8). Esto nos da una idea de la falta de control sobre el rigor metodológico que pudiera respaldar toda la información publicada, así como la veracidad de las fuentes. Resultados que no discriminan entre información, opiniones, chistes, memes, que finalmente conforman la ecología mediática a la que se refiere Scolari (2014) y que influye en el comportamiento de las sociedades.

Es por ello que el presente artículo está enfocado a refrendar la importancia y trascendencia histórica que supone la labor del comunicador profesional y que no tiene equiparación con lo que se ha dado llamar por “periodismo ciudadano”, actividad que la filósofa española María Javiera Aguirre (2016) considera una manera de simplificar y reducir la verdadera labor periodística que nada tiene que ver con el espacio abierto de las nuevas tecnologías de la comunicación.

El aumento de la cifra de usuarios de la comunicación a distancia durante la pandemia del COVID-19 respondió a las restricciones de movilidad, lo cual resultó en un aumento de la réplica de mensajes e informaciones provenientes de cualquier fuente², hecho que impide llamar “periodismo” a estas conductas sociales.

No es fortuito que la propia Organización Mundial de la Salud se haya pronunciado en más de una ocasión sobre el peligro de la desinformación. A este respecto, un grupo de especialistas en información científica publicó un artículo con detalles fundamentados precisos, a fin de contrarrestar la ola de desinformación que ha suscitado esta pandemia³. Los autores de esta publicación advierten:

La información sobre la Covid-19 es de tal magnitud que la OMS ha manifestado que nos encontramos ante una infodemia debido a la sobreabundancia de información, lo que hace que algunas personas tengan dificultades para encontrar recursos fidedignos o guías de confianza cuando los necesitan. Esa información es a menudo falsa y se propaga rápidamente entre las personas y medios... El director general de la OMS afirmaba que la infodemia está obstaculizando las medidas de contención del brote, propaga el pánico, crea confusión de forma innecesaria y genera división en un momento en el que necesitamos ser solidarios y colaborar para salvar vidas para poner fin a esta crisis sanitaria. Mantenerse muy informado de todo lo que está ocurriendo, incluyendo la evolución de las cifras de

² La Asociación de Internet MX informó a finales de marzo de 2020 que en México hay más de 80 millones de usuarios de Internet, los cuales se conectan preferentemente desde sus dispositivos móviles (92%), y que las actividades de mayor incidencia son el acceso a redes sociales (82%) y mensajes. El acceso a películas y video se encuentra en el sexto lugar con 65%.

<https://www.eluniversal.com.mx/techbit/colapso-redes-de-internet-por-cuarentena-de-covid-19-puede-suceder-en-mexico>

³ Es posible consultar este artículo en <http://profesionaldelainformacion.com/contenidos/2020/jul/aleixandre-castello-valderrama.pdf>

contagios y muertes, puede ser una estrategia que funcione en algunas personas, pero puede no serlo para otras, que prefieren evitar las informaciones negativas para protegerse. (Alexandre et al., 2020, p. 5)

En las siguientes líneas no hemos querido simplemente consignar el hecho coyuntural o la tendencia que se evidencia sobre esta realidad, sino buscar alternativas que colaboren al rescate de la veracidad y del compromiso social al que están llamados los profesionales de la comunicación. Y esto será posible considerando que la Comunicación, como tarea profesional se gesta en las universidades, no en la posesión de un dispositivo y el deseo de expresarse. Es así que el compromiso con la verdad de parte del usuario común, escapa a las intenciones del presente estudio.

Es necesaria, entonces, una perspectiva desde la cual abordar el análisis de las universidades y de los profesionales de la comunicación mediante la revisión de algunas teorías cuyos planteamientos cobran vigencia en estos tiempos. Teorías que se han ocupado de revisar el fenómeno de la comunicación como una labor que conlleva responsabilidad social y un compromiso ético. Es necesario rescatar la mirada crítica respecto de los conflictos que se generan para el cumplimiento de ese ejercicio. Conflictos que surgen cuando un planteamiento ético –como la deontología profesional– tiene que concretarse en la práctica, y esta se encuentra condicionada por intereses mercantiles, propagandísticos; por el anhelo de “viralidad”. Porque al usuario común de los actuales canales de comunicación no se le demanda el cumplimiento de una deontología; en cambio, el profesional de la comunicación, antes de entregarse a esa tarea, deberá saber que se enfrentará a intereses de cualquier otra índole, que le llevarán a preguntar sobre la posibilidad real de hacer de la comunicación un ejercicio comprometido con la responsabilidad social.

Desde el arribo de los medios electrónicos (radio y televisión) algunos teóricos han consignado y previsto los retos de la actual comunicación digital, producto de las nuevas tecnologías, donde se constituye el espacio en el que un buen número de usuarios exigen ejercer su derecho como informadores (Aguirre Romero, 2016; Chillón, 2011), lo cual no los constituye como profesionales de la información. Para los teóricos que aquí revisamos, el problema de la ética exige distinguir entre

los profesionales de la comunicación –quienes deben replantearse los aspectos que hacen de la comunicación una profesión– y los usuarios comunes de los medios actuales⁴.

Advierten que el profesional de los medios está paulatinamente amenazado por lo que se conoce como *invasión de profesiones*. De ahí que, al no cumplir con la función social que se le demanda, corre el riesgo de desaparecer (Aguirre, 2016). El actual profesional de la comunicación no puede hacer caso omiso a una coyuntura entre dos realidades: una de ellas se refiere al hecho de que el entretenimiento parece ser la principal demanda de las nuevas generaciones, y la otra, a que los medios –como empresa– están exigidos a recuperar su función fundamental, pues de lo contrario se reducirán a fuentes de entretenimiento y se dejará de lado su función democratizadora.

De acuerdo con Aguirre Romero (2016) y Cortina (2004), la formación profesional del comunicador debe suponer una ética que prevenga sobre el riesgo que se corre al confundir el ejercicio de la libre expresión de ideas y opiniones, frente a la encomienda que se le otorga al profesional de la comunicación y a las empresas como promotores y salvaguarda del derecho a la información: un derecho neural en la construcción de la ciudadanía democrática (Aguirre Romero, 2016).

Por otra parte, los efectos culturales que el uso de las nuevas herramientas tecnológicas provoca, nos obligan a considerar el surgimiento de una demanda a la labor que deben desarrollar los medios en favor de la construcción de la democracia, la libertad ciudadana y el resguardo de los derechos a la información y a la libertad de expresión. La demanda de una ética profesional en la época de la *cibercultura*⁵ exige una perspectiva acorde a los tiempos del desarrollo tecnológico y debe atender

⁴ Con el fin de establecer una regulación de contenidos, Facebook dio a conocer aquellos que serían censurados. Esta determinación –que podría calificarse de benéfica en tanto que pretende proteger a los usuarios de abusos de otros usuarios– plantea, sin embargo, diversas complicaciones: por ejemplo, hoy son 7.500 moderadores de contenido de la compañía que usan una lista de pautas de 27 páginas de Facebook para decidir qué contenido es aceptable en la plataforma y qué debe eliminarse. La descripción es confusa y el propio Facebook pretende zanjar esta confusión, atribuyendo finalmente, los criterios de denuncia al mismo usuario. La sanción, por otra parte, depende de un proceso desconocido, no público y proviene de la propia empresa. La siguiente página ilustra esta problemática: <https://cnnespanol.cnn.com/2018/04/25/traseros-desnudos-confesiones-de-crime-nes-y-acoso-lo-que-facebook-no-te-dejara-publicar/>

⁵ Se considera la *cibercultura* como un campo de estudio a partir del cual es posible comprender las transformaciones culturales ligadas a la introducción de tecnologías digitales en las sociedades contemporáneas y, en particular, en las del denominado Tercer Mundo, a través de relaciones complejas de

el debate que surge respecto de si los valores tradicionales de la ética permanecen vigentes ante esta nueva realidad digital.

A decir de Adela Cortina (2004) la era digital perfila una nueva ciudadanía cuyo significado depende de un mundo en el que los espacios tangibles se disuelven para dar lugar a espacios virtuales y donde los derechos de los que hemos hecho mención alertan sobre una época en la que esa ciudadanía no puede definirse en los mismos términos que se definía antes del advenimiento de estos fenómenos

Existe, por otra parte, una confrontación entre la autonomía de los profesionales con ciertos intereses de las empresas de comunicación que no son compatibles. Está presente el riesgo de que una regulación de corte oficialista proveniente de los gobiernos transgreda los derechos a la libre expresión y a la información; derechos que deben ser considerados en la redacción de los códigos de ética profesionales y de las empresas.

Señala María Javiera Aguirre (2016), que la pregunta por la ética de la comunicación es de total actualidad. Y es actual –asegura– porque la actividad de los medios es percibida con suspicacia, dado que hay una evidente crisis de confianza en las instituciones. Esas instituciones en crisis se valen de los servicios de profesionales formados en las universidades. Esto significa que el rescate de la confianza en los medios de comunicación es valor que se construye en las universidades. La concreción de una ética de la comunicación, entonces, atañe a sus actores que ya no son más, emisor, mensaje y receptor –como han coincidido la mayoría de los teóricos de la comunicación– sino que han evolucionado a una red más complicada en la que participan individuos, entidades, colectivos y organismos que interactúan en la constitución de una sociedad (Pagola, 2017).

Son necesarias herramientas conceptuales para ver de qué manera los profesionales confrontarán la crisis de confianza a la que, sin lugar a duda, nos enfrentamos. Consideramos que el desempeño de los jóvenes que se forman en la Comunicación no debería reducirse al ejercicio de competencias técnicas o de mera estrategia, sino a asumir la obligación de promover el análisis crítico; es decir, cuestionar el orden establecido con el fin de que el ejercicio de una acción no

entramados tecnosociales, en tres ámbitos, a saber: el ejercicio del poder, la acción social colectiva y la experiencia estética (Lévy, 2007).

responda a una estructura, sino que esa estructura se abra a la pregunta sobre si los actos que la constituyen responden a los valores que demanda la sociedad.

La exigencia de que los profesionales de la comunicación asuman la responsabilidad de dar una respuesta que revierta la tendencia desinformativa, no parte de la búsqueda de una prescripción moral, o de la defensa de una corriente ética en específico, sino que requiere fundamentar por qué el profesional, en general, y el profesional de la comunicación, en particular, están insertos en un ámbito ético, exigido por su sociedad. La ética profesional del comunicador es un tema de total vigencia, y preguntarse por ella es buscar respuestas acordes a una época en la que los avances tecnológicos y su consecuente resultado (que se traduce en: inmediatez, fácil acceso a los espacios digitales y la proliferación de redes, entre otros), conforman una realidad inédita.

LA CIUDADANÍA AUDIOVISUAL

La comunicación profesional es la necesaria promotora y constructora de la ciudadanía dentro de una sociedad democrática⁶, formada por sujetos libres y partícipes de los destinos de su sociedad. Asimismo, una sociedad democrática es aquella que detecta la necesidad de que las normas jurídicas promuevan los derechos que componen la figura del ciudadano (Cortina, 2004)⁷.

La *cibercultura* posee características particulares que la definen. Una de ellas es la fuerza de persuasión que gracias a la accesibilidad de los instrumentos y a su amplia difusión, se logra en lo que se refiere a información, opiniones, divulgación, etcétera. Otra de estas características se refiere a que la información y los elementos que la integran no consisten necesariamente en asuntos de corte político; es decir, que ya no hay una jerarquización rígida en cuanto a la importancia o

⁶ Hemos optado por establecer una definición conjunta de sociedad democrática que atiende la ciudadanía liberal y la llamada socialdemocracia. La primera es adoptada por María Javiera Aguirre y la segunda por Adela Cortina. Aguirre asume que los valores de una sociedad liberal son la verdad, la responsabilidad, la democracia y la libertad. Cortina asume estas características, sin embargo, al señalar que el liberalismo exige hoy un nuevo concepto de libertad participativa, más que de no restricción, opta por defender una socialdemocracia (Aguirre Romero, 2016; Cortina, 2004).

⁷ Señala la autora que no es posible legislar sobre cada uno de los actos del hombre, pues esto daría paso a una dictadura. Los regímenes democráticos, en cambio, promueven la libre autodeterminación ética de los miembros individuales y colectivos que componen la sociedad.

trascendencia de los contenidos de información, pero tampoco hay una jerarquía o reconocimiento a las fuentes y actores facultados para emitir cualquier tipo de información. Igualmente, refleja una interactividad que no era posible desde los medios de comunicación tradicionales en los que prevalece el esquema de emisor-mensaje- receptor, puesto que el receptor se hace de inmediato el emisor y el mensaje se pierde en el medio (McLuhan y Powers, 1996). Otra característica es la posibilidad de que la fuente de información y de opiniones sea el individuo usuario que no tiene más que acceder sin restricciones a un dispositivo, para difundir cualquiera de ambas.

Si nos inclinamos por la creación de una ciudadanía que considere estos factores, la ética profesional que promueva la construcción de esa ciudadanía tiene un particular contexto. En primer lugar, porque los medios tradicionales que transmiten información son identificables, contra la proliferación de “sitios” desde los que ahora se emiten los mensajes y, mientras que, desde un organismo identificable la ética profesional parte de la propia deontología del organismo, en el caso de la Internet la responsabilidad se difumina (Cortina, 2004), a tal punto que se ha llegado a decir que “el único modo de controlar a la red es no entrar en ella”.

Ciertamente, podríamos decir que hemos entrado a una democracia en cuanto al uso de los medios de comunicación, puesto que hay un acceso irrestricto a los canales de digitales, no solo como espectador, sino como actor generador de opiniones e información. No obstante, a decir de algunos teóricos como Cortina (2004), Camps (2004) y otros, es necesario asumir que el acceso a los medios modernos de la comunicación no debe ser posible solamente para una parte de la sociedad, o para un grupo que ejerza una hegemonía que excluya a sectores vulnerables sin posibilidad de reivindicar sus derechos (Touraine y Pons, 1997). Por ello, la verdadera ciudadanía deberá provenir de la conciencia individual y grupal de los usuarios que tienen acceso a los canales de información. Una conciencia que rescate el valor de los medios como una herramienta constructora de ciudadanía en la que no tiene cabida la difamación o la publicación de informaciones falsas o con intenciones perversas (Hidalgo, 2012; Camps, 2004, Aguirre, 2016; Pagola, 2017).

Se trata, entonces, de devolver a la comunicación su carácter profesional en tanto promotora de la ciudadanía. Son los profesionales a quienes corresponde la tarea de salvaguardar el derecho a una información que permita al ciudadano tomar decisiones razonadas y conformarse en grupos de

participación que realmente favorezcan la construcción de una sociedad realmente democrática. (Aguirre Romero, 2016; Cortina, 2004).

Toda teoría de la ciudadanía tiene referencia en alguna o algunas corrientes éticas. La ciudadanía del ciberespacio o ciudadanía audiovisual no es la excepción. ¿Se trata de la emergencia de nuevos valores éticos en vista del panorama en el que se insertan? Para especialistas como Adela Cortina (2004), Javiera Aguirre (2016) o Juan Pagola (2017), valores como la libertad, la igualdad y la solidaridad entre otros, prevalecen, pero exigen una nueva perspectiva. Esta perspectiva representa –si nos detenemos en la argumentación de los especialistas– un mundo globalizado, donde el compromiso individual se hace indispensable para la defensa de esos valores. Este compromiso individual determina la construcción de una sociedad en la que los ciudadanos no estén sometidos o avasallados –en palabras de Cortina– sino que sean los constructores de esa sociedad. Todo miembro de una sociedad conforma su opinión a partir del conocimiento que tiene de la realidad en la que está inserto; y sucede que en la que se ha dado por llamar una sociedad mediática, lo que prevalece es precisamente un conocimiento mediatizado de la realidad a partir de las cada vez más sofisticadas herramientas de la comunicación.

Tal mediatización genera el cuestionamiento acerca de la real existencia de ciudadanos libres con una conciencia moral determinada, capaces de ser protagonistas y no siervos de la posible manipulación producto de intereses específicos de individuos o grupos en cuyas manos está la operación de los actuales medios. Tanto Javiera Aguirre como Adela Cortina aseguran que la consecución de una ciudadanía acorde a la era de la *cibercultura*, parte de los mismos principios que en el transcurso de la historia del pensamiento pugnan por la libertad de elección y la responsabilidad asumida por esos ciudadanos.

La libertad de expresión respeta al individuo en su dignidad y como sujeto, no como objeto manipulable. Los medios de comunicación –concretamente quienes los manejan– tienen la responsabilidad de velar y promover esa dignidad del individuo para que se desarrolle como sujeto. En cuanto a la responsabilidad que debe asumir el ciudadano, los profesionales de la comunicación tienen la oportunidad de abrir el diálogo democrático, fomentar la acción comunicativa que aliente

esa responsabilidad⁸. La acción comunicativa es un acto de todos los ciudadanos que hoy tiene como vehículo los medios digitales entre los que destaca la Internet. Por ello, esta acción no es exclusiva de los profesionales o de los dueños de los medios, pero sí les otorga un papel decisivo en la construcción de la ciudadanía. La interacción que hay entre los ciudadanos en general y los que ejercen la comunicación como profesión, radica en la puesta en marcha por parte de estos últimos de la realización del bien intrínseco de la misma⁹, y que consiste en la generación de una opinión pública madura y responsable (Cortina, 2004).

Para lograrlo se considera indispensable promover la libertad de los ciudadanos mediante informaciones contrastadas, opiniones fundadas e interpretaciones razonables y plausibles. Los profesionales de la comunicación están exigidos a dejar en claro cuando se trata de cualquiera de estas, y no confundir –por ejemplo– una opinión con una información, puesto que la primera está sujeta a la apreciación particular del opinante, mientras que la segunda tiene una exigencia de verdad. Y en este sentido, siempre ha resultado imposible alcanzar la objetividad pura sobre los hechos, puesto que el comunicador profesional o el periodista, son de entrada jueces de tales hechos; lo que sí es posible, es diferenciar y dejar clara la perspectiva y las condiciones desde las que se narran, así como la confrontación de fuentes que abran el horizonte del receptor.

Otro de los factores que es indispensable para la generación de una ciudadanía a la altura de la *cibercultura*, se refiere a la promoción de la libre expresión de opiniones. En este caso, al echar un vistazo a las redes sociales, podría decirse que lo que prolifera es esa libertad de expresión. Pero sobre ello, como bien lo apunta Cortina (2014), hay que hacer una precisión, y es que no es lo mismo la libertad de *mi expresión* –en este caso en una plataforma digital¹⁰– a la libertad de expresión en

⁸ Esta apertura al diálogo es lo que toca a la ética dialógica, que permite interpretar o negociar conceptos susceptibles de consenso. Este consenso, a su vez, debe ser comprensible, lógico en su construcción, acorde con la verdad, es decir sin sesgos, y, por último, sujeto a una determinada normatividad que sea reconocida socialmente como válida (Aguirre Romero, 2016).

⁹ Entendemos aquí un bien intrínseco como aquello que presta sentido a una actividad, la meta que persigue y el bien por el que se realiza; en tanto los bienes extrínsecos pueden sintetizarse en el alcance de prestigio, dinero y poder (Cortina, 2004; Hortal, 2002)

¹⁰ Las redes sociales han abierto un canal de expresión sin restricciones aparentes. Y aunque no es el objeto de nuestro estudio, no se puede pasar por alto el hecho de que la ingeniería algorítmica de las redes de mayor influencia como el Facebook, establece un proceso de control que pone en duda la absoluta apertura de opiniones.

la que el ciudadano exige ser reconocido dentro de su sociedad. Este reconocimiento solamente se logra cuando el profesional de la comunicación se ocupa de proporcionar elementos de juicio fundados en la veracidad y en el contraste de fuentes, en la contextualización y el uso adecuado del lenguaje; en fin, cuando cumple con el bien interno de su profesión, que consiste en promover la participación del ciudadano no solo con su opinión en las redes, sino en la participación crítica dentro de las instituciones que conforman una sociedad democrática.

Uno de los riesgos latentes respecto al partícipe de las plataformas digitales es que pueda disolverse en una masa y, los estudiosos y teóricos de la comunicación, así como sociólogos, han dejado en claro que lo que ha influido en las transformaciones de la historia no proviene de las masas, sino de los públicos (Rivadeneira Prada, 1992). A las masas las convoca la sensibilidad, la emotividad y la expresión de una gran variedad de afectos; a los públicos los reúne una temática de interés común que exige soluciones razonadas y estratégicamente planteadas (Cortina, 2004; Rivadeneira Prada, 1992). Por eso la ciudadanía audiovisual supone una revisión al sensacionalismo (Cortina, 2004) y al emotivismo que prevalece en muchas de las publicaciones, puesto que la construcción de la ciudadanía depende de que los medios cumplan la tarea para la que están legitimados: la no instrumentalización del auditorio sino la conformación de públicos, que se distinguen de la masa en su capacidad de traducir las preocupaciones en un espacio social construido con el lenguaje que posibilite el encuentro en la libertad. Ese espacio debiera ser el objetivo de los medios al convertirse en plataformas del debate público, desde el cual se construye la ciudadanía.

En esta propuesta dirigida a los medios y a los profesionales de los medios como promotores de la ciudadanía audiovisual, no queda excluido el entretenimiento. Carlos Barrera (2004) asegura que, desde sus albores, el periodismo se preocupó por el entretenimiento, tal y como lo reflejan las caricaturas políticas que perviven hoy en los medios impresos (Barrera, 2004; Rivadeneira Prada, 1992). También el entretenimiento es uno de los vehículos en los que se va conformando la ciudadanía en tanto que convoca a la crítica o satirización de hechos y conductas mediante el humor, o sencillamente convoca al ocio, al disfrute estético del arte en sus variadas expresiones. No obstante, el bien intrínseco del comunicador no debiera reducirse al entretenimiento (Aguirre Romero, 2016) porque ese ámbito pertenece a otros campos de la creatividad. En todo caso, es el

comunicador el encargado de administrar los canales de entretenimiento. Por eso, la precaución que en este sentido se plantea, es no caer en la producción de un entretenimiento alienante (Cortina, 2004) que ocupe la mayoría de los canales de comunicación. Proponer alternativas y espacios de difusión sí es responsabilidad de los profesionales de la comunicación.

La dinámica que se establece entre los profesionales de la comunicación y los usuarios de los medios debería, entonces, fortalecer la ciudadanía; es decir, fortalecer la participación crítica y libre de los integrantes de una sociedad democrática. Esto no puede provenir solamente de un marco legal, no solamente por la insuficiencia de las leyes para regular la totalidad de los actos de comunicación, ni de los medios¹¹, sino porque la consecución de los bienes intrínsecos de la profesión provienen también –y principalmente– del *ethos*, tanto de la empresa como del profesional mismo (Aguirre Romero, 2016; Cortina, 2004; Pagola Carte, 2017). Si no son las leyes, es necesario entonces buscar acciones alternativas que vayan definiendo el perfil de una ciudadanía en tiempos de la *cibercultura*, una ciudadanía en la era de la telemática; en fin, una ciudadanía audiovisual, como la llaman Jesús Connil y Adela Cortina (Conill Sancho, Gozávez, y Camps Cervera, 2004; Cortina, 2004).

Es necesario, en primer lugar, fomentar la poliarquía de medios; es decir, evitar el monopolio de determinadas empresas sobre el control de la programación y de contenidos, puesto que, sin un marco de competencia entre diversas ofertas de comunicación, el horizonte electivo se cierra y el espectador no es quien elige, sino que es sometido al riesgo de la manipulación debida a un probable sesgo de información y de contenidos. Se requiere, en segundo lugar, potenciar y fortalecer la sociedad civil mediante la creación de asociaciones de usuarios de los medios¹², dispuestos a

¹¹ Han sido diversos los intentos de erigir un marco jurídico y una legislación en torno al Internet y las redes sociales. Los resultados no han sido del todo satisfactorios y son más las violaciones a la privacidad, a la imagen pública e, incluso a la integridad humana, que las sanciones que se han logrado ejecutar como puede constatare en las demandas que redes como Google y Facebook han recibido en los últimos años. Concretamente, en 2014 el periódico El País publicaba que miles de usuarios han mostrado interés por unirse a una demanda colectiva contra Facebook Ireland por violar las leyes de privacidad en la red. (https://elpais.com/tecnologia/2014/08/07/actualidad/1407431521_321539.html).

¹² La participación ciudadana, cuyos fines se enmarcan en esta propuesta, está constituida por la llamada Defensoría de Audiencias, en México y en otros países de Latinoamérica.

participar en la esfera pública mediante estructuras que puedan manifestar argumentos a favor de la justicia y denunciar la trasgresión de sus derechos.

Otra acción necesaria es que los profesionales de la comunicación se rijan a partir del respeto a códigos de ética. Estos códigos adquieren valor y prometen su mejor cumplimiento si su redacción proviene de los propios profesionales (Aguirre, 2016; Cortina, 2004; Pagola, 2017) puesto que son ellos quienes conocen el ámbito en el que se desarrolla su actividad, y son capaces de detectar las prácticas que responden al bien intrínseco de la profesión y aquellas que lo obstaculizan.

Además de una regulación desde y para los profesionales, se requiere una regulación desde la empresa en la que se desempeñan esos profesionales, teniendo en cuenta que una empresa, por el hecho de estar conformada como una estructura con fines que afectan el desarrollo de las sociedades, se considera también un “sujeto ético” (Aguirre, 2016; Cortina, 2004; Pagola, 2017); eso significa que los objetivos que la inspiran no están orientados exclusivamente al enriquecimiento o a la formación de capital financiero, sino a la satisfacción de demandas específicas de los miembros de la sociedad en la que se insertan. Una de esas demandas, en el caso de las empresas de la comunicación, es el derecho a una información que les permita la toma razonada de decisiones.

Las anteriores acciones requieren también considerar el actual contexto, pues como señala Augusto Hortal (2002), una ética que ignora el contexto es una ética desencarnada y estéril. Dicho contexto es el de las nuevas tecnologías, donde está cada vez más presente la comunicación digital, donde la velocidad, el número y los contenidos en los mensajes que viajan en las redes van en aumento y desplazan los espacios de reflexión y criticidad (Hidalgo, 2012).

NO HAY “PERIODISMO CIUDADANO”

El periodismo es una tarea profesional, no un adjetivo que se aplique, sin más, a las opiniones o narraciones vertidas en cualquier canal de comunicación. Este es, en síntesis, el pensamiento de autores como Adela Cortina, Javiera Aguirre y Juan I. Pagola. De la misma forma, la configuración de un nuevo entorno originado por la *cibercultura* ha sido advertido desde Marshal Mc Luhan, (1996) en su *aldea global*; Manuel Castells (2001) y *la sociedad red*; Zigmunt Bauman (2010) y *la sociedad líquida*; así como por otros que han intentado dar un cuerpo teórico al fenómeno de la *cibercultura*,

como Gabriel Aranzueque (2010) desde la *ontología de la distancia*, o Carlos Scolari (2015) desde su *ecología de los medios*¹³. La perspectiva de estos autores está presente en la propuesta que María Javiera Aguirre hace para conocer los retos que la conformación de una ciudadanía activa debe afrontar frente a la digitalización de los medios de comunicación (Aguirre Romero, 2016). No es de extrañar que su pensamiento esté centrado en la figura del periodista profesional¹⁴, no obstante, su apreciación, bien puede extenderse al profesional de la comunicación en general.

Aguirre destaca el hecho de que el periodismo vive –con el advenimiento de las nuevas tecnologías– una incertidumbre que pone en riesgo la distinción propiamente profesional del comunicador frente a los usuarios comunes, puesto que ambos, hoy, tienen acceso prácticamente a los mismos canales y medios de difusión. Podríamos decir que bajo esta afirmación subyace una pregunta que estará presente en cada uno de esos retos, y que se refiere al papel que juega la profesión del comunicador dentro de una sociedad ampliamente vinculada debido a las redes actuales de comunicación.

Uno de estos retos se refiere al advenimiento de lo que la autora denomina periodismo *ciudadano*¹⁵. Bajo este nombre se suele calificar a la proliferación de sitios denominados *blogs*, cuya confección no exige más que poseer un ordenador o cualquier dispositivo digital, para filtrar en ellos, así como en las redes sociales, cualquier tipo de información o de opiniones, sin exigencia alguna de fundamentación o respaldo de fuentes confiables. Por esa razón, Aguirre asegura que, aunque la interactividad entre los ciudadanos ha aumentado, no es posible llamar a esa

¹³ Todos los autores citados aceptan que las maneras en que se ha ejercido la comunicación son prácticamente el rostro que determina las edades de la historia del pensamiento, desde la escritura jeroglífica, pasando por la imprenta y llegando a los medios electrónicos. Aunque a algunos como McLuhan no le tocó vivir el auge de la cibernética, sí lo predijo desde su obra *La aldea global* (McLuhan y Powers, 1996).

¹⁴ Aún hoy, la figura del comunicador profesional está fuertemente vinculada a la del periodista, en tanto que la materia prima de ambas profesiones radica en la información transmitida en medios establecidos, ya sea noticiosa o de cualquier otro tipo.

¹⁵ Este y los siguientes retos, están desarrollados de manera más precisa en “Los grandes retos que supone la digitalización a los medios de comunicación”, dentro de la obra citada de María Javiera Aguirre, “Ética de los Medios de Comunicación” (2016). En este apartado nos centramos en una parte de esos retos que hacen especial alusión al papel del ciudadano y su interacción con los profesionales, en el ámbito de la comunicación digital.

interactividad “periodismo”, puesto que ese término tiene la directa connotación de profesión. Una profesión que no pertenece al usuario común de los medios.

Asegura que la retroalimentación ha existido desde lo que se ha conocido como “las cartas del lector” o las llamadas telefónicas a los programas transmitidos en la radio y en la televisión. Esa retroalimentación ha existido siempre –señala–, lo que se ha modificado es el espectro de difusión a través de las nuevas tecnologías y los canales digitales. Amén de ello, los contenidos de los blogs hoy responden a intereses de índole económica o estrictamente de diversión como pasatiempo, por lo que no podrían entrar en la categorización de una profesión (Aguirre Romero, 2016).

Aguirre sostiene que, efectivamente, estos nuevos canales benefician al ejercicio de un derecho fundamental que es el derecho de expresarse, pero la diferencia con los profesionales es que este ejercicio conlleva una finalidad que se empata con otro derecho al que deben su labor y que es el derecho de estar informado. Toca al profesional cuidar que esa información esté soportada y sea veraz para cumplir con esa tarea, que está orientada a la formación de ciudadanos libres. La autora acepta, sin embargo, que esta proliferación de mensajes dentro de las redes y los blogs no es gratuita, y se debe precisamente a un fenómeno de desconfianza: “...la sensación de que los medios no hacen bien su trabajo, sumado a la posibilidad que otorga la tecnología, habría multiplicado en el último tiempo la iniciativa de ciudadanos, de ser parte del proceso informativo” (Aguirre, 2016, p. 142).

El intrincado mundo de las redes y su desmedido crecimiento no supe, a decir de Aguirre, la función del profesional de la comunicación, debido a que una profesión implica un encargo social (Aguirre Romero, 2016; Hortal, 2002), debe contar con un estatuto jurídico, una estructura de acción y, sobre todo una responsabilidad moral. Esto parte de una ética que le es exigida de manera particular a los profesionales, no porque la ética sea un asunto exclusivo del ejercicio profesional, sino porque conlleva una responsabilidad, un encargo social.

Esta responsabilidad, esta vinculación entre derechos y deberes, que le exige al profesional la salvaguarda de la privacidad y la confirmación de fuentes, no es lo que soporta al usuario común de las redes. Por ello, hablar de un periodismo ciudadano solamente porque el acceso a los medios es ahora irrestricto, carece de precisión. Ciertamente las redes sociales aportan pluralismo, pero, si la

responsabilidad del comunicador profesional es salvaguardar el derecho a la información, la del ciudadano de la *cibercultura* es usar responsablemente esta información con el fin de construir grupos de discusión conformados –como se señaló– por públicos y no por masas, que son las que mayoritariamente hacen uso de las nuevas tecnologías de la comunicación.

Otro reto al que se enfrenta la información de una ciudadanía en la era de la telemática es el dominio que los ciudadanos han mostrado tener a partir de un inédito poder de convocatoria civil, gracias a las herramientas tecnológicas de la información y de la comunicación (O TIC, como se les suele conocer)¹⁶, que han hecho que el ciudadano sea protagonista en las primeras planas de periódicos y revistas, así como en la nota principal de los noticieros de difusión internacional (Aguirre, 2016).

Es indudable el poder de convocatoria que permite el uso de un dispositivo móvil, pero el cuestionamiento que se hace Aguirre al respecto es si ese poder se traduce o conlleva a un verdadero diálogo social¹⁷, puesto que el diálogo social es el soporte de una ciudadanía democrática, debido a que está fincado en el respeto y el reconocimiento del otro como igual para actuar en favor del mejor argumento y no de la rabia o de la indignación, que son los ingredientes comunes de las movilizaciones sociales (Aguirre, 2016).

Aguirre piensa que la ética discursiva es la alternativa desde la cual los profesionales de la comunicación pueden fomentar la generación de una ciudadanía democrática que no se reduzca al puro poder convocante. La ética discursiva da un soporte moral a la mera indignación que está presente en muchas de las manifestaciones presentes en los mensajes de las redes. Es tarea de los profesionales de la comunicación abrir espacios para el intercambio de argumentos fundamentados.

Toca al profesional de la comunicación ser consciente, dentro de las redes sociales, del intercambio de mensajes que no aportan necesariamente a un diálogo argumentativo que permita

¹⁶ Javiera Aguirre se refiere a fenómenos que han convulsionado el mundo, como la llamada “primavera árabe”, a los “indignados” de Grecia, España, Portugal e Italia, al Occupy Wall Street en Estados Unidos, a los movimientos estudiantiles como la marcha de Chile y el “yo soy 132” de México en 2012. (Aguirre, 2016).

¹⁷ La autora refrenda a Manuel Castells, a quien cita en su obra “Redes de Indignación y Esperanza” (2015), al asegurar que las redes permitieron a los indignados transformar su miedo en rabia y esperanza, lo cual no conlleva necesariamente a la construcción de un diálogo social.

el consenso en favor de una verdad. El profesional de la comunicación no puede acceder a una discusión y retirarse de ella con solo oprimir un comando en su dispositivo, como lo puede hacer el usuario común, sino que adquiere un compromiso de veracidad y de dar continuidad a la información que publica. Sin demeritar la influencia que han tenido los movimientos de protesta que se realizaron a partir de la convocatoria de las redes, el profesional de la comunicación no se conforma con el poder de convocatoria que tuvieron esos movimientos hechos por usuarios comunes, sino que busca la promoción del diálogo argumentativo, base de la ciudadanía democrática.

Los espacios virtuales son el espacio de opiniones desarticuladas, en las que el emisor elige a sus destinatarios en un proceso discriminatorio que se traduce finalmente a una “autogestión” (Castells, 2015). Por eso, a pesar de que Internet sea una plataforma de autonomía comunicativa (Aguirre, 2016), ello no garantiza que a partir de su uso se produzca la deliberación social, que es la esencia de la participación ciudadana a la que está llamado a promover el comunicador profesional.

Lo que busca la propuesta de una ciudadanía audiovisual es abonar a la democracia (Solórzano, 2016). El profesional de la comunicación debe tener una mirada crítica sobre el aparente carácter de libertad irrestricta de las redes y de las plataformas, que permite la convocatoria para unificar el descontento, es cierto, pero también –y no pocas veces– ejerce selectividad a partir del manejo de estructuras algorítmicas orientadas a intereses particulares en manos de grupos hegemónicos políticos o comerciales (García-Marzá, 2004), cuyo objetivo es doctrinario o netamente mercantil y de consumo. Quien es responsable profesional de los medios de ese tipo buscará, por el contrario, promover agentes libres partícipes en la construcción de los destinos de la sociedad a la que pertenecen (Cortina, 2004).

La proliferación de opiniones vertidas en las redes, como los movimientos iniciados con la llamada Primavera Árabe, lo que sí hacen es poner en tela de juicio el cumplimiento de los objetivos para los que trabaja –o debería trabajar– el profesional de la comunicación¹⁸. Lejos, entonces,

¹⁸ Tanto Javiera Aguirre, como Victoria Camps (Camps, 2004; Cortina, 2004) coinciden al afirmar que el comunicador es el depositario de la tarea de procurar la acción ciudadana a partir de contenidos que abran la criticidad y permitan al ciudadano informado su participación social. Al referirnos aquí a la puesta en tela de juicio de esta tarea estamos señalando, con las autoras, que cuando el ciudadano toma en sus manos la convocatoria a algún tipo de rebelión está exhibiendo y denunciando la manipulación o los intereses que han

estamos de menospreciar el potencial que guarda la nueva era digital en cuanto a perfilar un nuevo camino hacia la demanda del respeto a los derechos del ciudadano, pero esta demanda deberá constituirse en acciones que fortalezcan la sociedad civil y no en un mero canal de desahogos. Uno de los derechos que demanda el ciudadano es el de la información, y la respuesta a esta demanda está encomendada al profesional de la comunicación, quien –a decir de los autores citados– debe afrontar y hacer uso de las nuevas tecnologías con la mirada puesta en la construcción de una sociedad con ciudadanos informados en la verdad, capaces de tomar decisiones razonadas. Queda abierta la pregunta sobre si la conciencia de esta encomienda está incluida en la formación ética en los planes y programas de estudio de las universidades que hoy forman a los profesionales de la comunicación.

deformado la labor del informador, orientando su tarea a lo que nos hemos referido como bienes extrínsecos de la profesión, descuidando su labor esencial que es la promoción y el respeto al derecho a la información. Cuando el ciudadano incita a la rebelión expone razones e información que, sospecha, se han ocultado desde las empresas de comunicación (Aguirre Romero, 2016).

Camacho, F., (2021). La pandemia de la desinformación: una afrenta ineludible. *A&H, Revista de Artes, Humanidades y Ciencias Sociales* (14). 220-239.

REFERENCIAS

- Aleixandre-Benavent, R., Castelló-Cogollos, L., y Valderrama-Zurián, J. C. (2020). Información y comunicación durante los primeros meses de Covid-19. Infodemia, desinformación y papel de los profesionales de la información. *El profesional de la información (EPI)*, 29(4).
- Aranzueque, G. (2010). *Ontología de la distancia: filosofías de la comunicación de la era telemática*. Madrid: ABADABA.
- Camps, V. (2004a). Instituciones, agencias y mecanismos de supervisión mediática. En J. Conill Sancho (Ed.), *Ética de los medios: una apuesta por la ciudadanía audiovisual* (pp. 233-250). Barcelona: GEDISA.
- Camps, V. (2004b). Opinión pública, libertad de expresión y derecho a la información. En J. Conill Sancho (Ed.), *Ética de los medios: una apuesta por la ciudadanía audiovisual* (pp. 33-50). Barcelona: GEDISA.
- Castells, M., Martínez Gimeno, C., y Alborés Rey, J. (2001). *La sociedad red*. Madrid: Alianza.
- Conill Sancho, J. (2004). Economía ética de los medios de comunicación. En J. Conill Sancho, V. Gozávez y V. Camps Cervera (Eds.), *Ética de los medios: una apuesta por la ciudadanía audiovisual* (pp. 137-160). Barcelona: GEDISA.
- Conill Sancho, J., Gozávez, V., y Camps Cervera, V. (2004). *Ética de los medios: una apuesta por la ciudadanía audiovisual*. Barcelona: Gedisa.
- Cortina, A., y Martínez Navarro, E. (1996). *Ética*. Torrejón de Ardoz: Akal.
- Cortina, A. (2000). *Ética mínima*. Madrid: Technos.
- Cortina, A. (2004). Ciudadanía activa en una sociedad mediática. En J. Conill Sancho, V. Gozávez y V. Camps Cervera (Eds.), *Ética de los medios: una apuesta por la ciudadanía audiovisual* (pp. 13-32). Barcelona: GEDISA.
- Defensoría de Audiencias, D. (2016). *Declaratoria del III Congreso Latinoamericano de Defensorías de Audiencias*. Reproducido en <http://www.congresodefensorias.org/>
- Echaniz, A., y Pagola, J. (2012). En Pagola J. *Ética del profesional de la comunicación*. Bilbao: Desclée de Brouwer.
- Elizondo, J. O. (2015). McLuhan y la escuela de comunicación de Toronto. En C. A. Scolari (Ed.), *Ecología de los medios: entornos, evoluciones e interpretaciones* (pp. 109-132). Barcelona: Gedisa.
- García-Marzá, D. (2004). Ética de los medios: Una apuesta por la ciudadanía audiovisual. En J. Conill Sancho, V. Gozávez y V. Camps Cervera (Eds.), *Ética de los medios: una apuesta por la ciudadanía audiovisual* (pp. 111-136). Barcelona: GEDISA.
- Garza, J. J., y García, J. F. I. (2014). Modelo probabilístico para medir, pronosticar y prevenir la quiebra de las empresas PYME en Nuevo León México. Una herramienta para la planeación financiera y la toma de decisiones empresariales con evidencia empírica. *Observatorio De La Economía Latinoamericana*, (195).

- Gozálvez, V. (2004). Análisis ético-comparativo de los medios. En J. Conill Sancho, V. Gozálvez y V. Camps Cervera (Eds.), *Ética de los medios: una apuesta por la ciudadanía audiovisual* (pp. 187-231). Barcelona: GEDISA.
- Gozálvez, V., y Lozano, F. (2004). Autonomía profesional y códigos deontológicos de la comunicación audiovisual. En J. Conill Sancho, V. Gozálvez y V. Camps Cervera (Eds.), *Ética de los medios: una apuesta por la ciudadanía audiovisual* (pp. 51-78). Barcelona: GEDISA.
- Habermas, J. (1985). *The theory of communicative action*. Boston: Beacon Press.
- Habermas, J. (2000). *Aclaraciones a la ética del discurso*. Madrid: Trotta.
- Habermas, J. (2003). *La ética del discurso y la cuestión de la verdad*. Barcelona: Paidós.
- Hidalgo, J. (2012). Ética en la era digital. *Revista Mexicana De Comunicación*, (132), 5-17.
- Hortal, A. (2002). *Ética general de las profesiones*. Bilbao: Desclée de Brouwer.
- Lévy, P. (2007). *Cibercultura: informe al Consejo de Europa*. México: Anthropos Editorial.
- Lozano, F. (2004). Globalización ética y medios de comunicación. En J. Conill Sancho, V. Gozálvez y V. Camps Cervera (Eds.), *Ética de los medios: una apuesta por la ciudadanía audiovisual* (pp. 161-186). Barcelona: GEDISA.
- Pagola, J. I. (2017). *Ética profesional para una comunicación como encuentro*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Postman, N. (2015). El humanismo de la ecología de los medios En C. A. Scolari (Ed.), *Ecología de los medios: entornos, evoluciones e interpretaciones* (pp. 97-108). Barcelona: Gedisa.
- Ramonet, I. (2004). Información, comunicación y globalización. El quinto poder. *Revista Latinoamericana De Comunicación Chasqui*, (88), 26-31.
- Rivadeneira Prada, R. (1992). La opinión pública: Análisis, estructura y métodos para su estudio México.
- Roblas Martín, S. (2012). Globalización y medios de comunicación: Carencias sociales de los efectos económicos. *CIC Cuadernos De Información y Comunicación*, 17(0), 303-320.
- Scolari, C. A. (2015). *Ecología de los medios: entornos evoluciones e interpretaciones*. Barcelona: Gedisa.
- Touraine, A., y Pons, H. (1997). *¿Podremos vivir juntos?: iguales y diferentes*. Madrid: PPC.