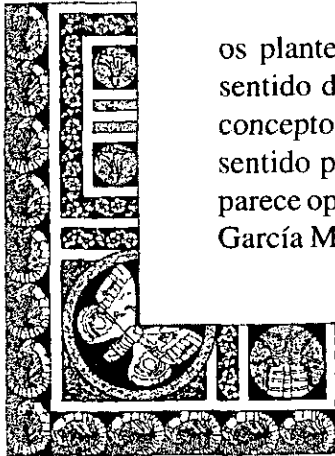


# Ética y Comunicación en la perspectiva de las identidades culturales

Hipótesis, cuestionamientos y propuestas  
desde América Latina\*

GABRIEL JAIME PÉREZ, S.J.\*\*

INTRODUCCION: las *identidades  
culturales* como perspectiva  
de la relación entre ética y comunicación



Los planteamientos que me propongo desarrollar se orientan en el sentido de abordar la relación entre ética y comunicación desde el concepto de las *identidades culturales*. Para explicar por qué y en qué sentido propongo esta perspectiva, entre otras también válidas, me parece oportuno partir de una referencia a la obra narrativa de Gabriel García Márquez, citada en un estudio fenomenológico de los valores del llamado «nuevo mundo»<sup>1</sup>:

En este mundo, que como cuenta García Márquez en *Cien años de soledad* «era tan reciente que muchas cosas carecían de nombre y para mencionarlas había que señalarlas con el dedo», José Arcadio Buendía soñó una

\* Ponencia presentada durante el **Primer Simposio de Ética de la Comunicación**. Facultad de Ciencias de la información. Universidad Pontificia de Salamanca. Salamanca, España. Abril 27-28 de 1995

\*\* Asistente de la Decanatura Académica de la Facultad de Comunicación y Lenguaje. Pontificia Universidad Javeriana. Investigador y Profesor titular de Ética de la Comunicación. E.Mail: gperez@javercol.javeriana.edu.co

<sup>1</sup> Cfr. MARQUINEZ A., Germán. *Fenomenología de nuestros valores* (1.4). En Marquinez G. et al. *El hombre latinoamericano y sus valores*. Bogotá: Editorial Nueva América, 1979.



noche que en medio de la selva se levantaba una ruidosa ciudad con casas de paredes de espejos; «preguntó qué ciudad era aquella y le contestaron con un nombre que nunca había oído pero que tuvo en el sueño una resonancia sobrenatural: *Macondo*».

De hecho, los sucesivos nombres de nuestro continente no han sido fruto de una decisión nuestra, sino la resonancia de un eco: Indias, América, Latinoamérica<sup>2</sup>.

Es el problema de no tener palabra propia, o el de la palabra per-

didada, que García Márquez ha dramatizado en el alucinante mito de la enfermedad del insomnio y el olvido, la primera de las plagas que azotan a Macondo. Llega un momento, según este mito, en el que nadie puede dormir. Los macondianos «habían contraído, en efecto, la enfermedad del insomnio», y «cuando el enfermo se acostumbraba a su estado de vigilia, empezaban a borrarse de su memoria los recuerdos de la infancia, luego el nombre y la noción de las cosas, y por último la identidad de las personas y aun la conciencia de su propio ser, hasta hundirse en una especie de idiotez sin pasado».

Es conmovedora entonces la lucha de los habitantes de Macondo contra la enfermedad del insomnio y el olvido. Cuando ésta empezaba a raer los nombres y las utilidades de las cosas de su memoria, José Arcadio Buendía «con un hisopo entintado marcó cada cosa con su nombre: *mesa, silla, reloj, puerta, pared, cama, cacerola*. Fue al corral y marcó los animales y las plantas: *vaca, chivo, puerco, gallina, yuca, malanga, guineo*. Poco a poco, estudiando las infinitas posibilidades del olvido, se dio cuenta de que podía llegar un día en que se reconocieran la cosas por sus inscripciones, pero no se recordara su utilidad. Entonces fue más explícito. El letrero que colgó en la cerviz de la vaca era una muestra ejemplar de la forma en que los habitantes de Macondo estaban dispuestos a luchar contra la enfermedad del olvido: *Esta es la vaca, hay que ordeñarla todas las mañanas para que produzca leche y a la leche hay que hervirla para mezclarla con el café y hacer café con leche*».

Y prosigue García Márquez: «En la entrada del camino de la ciénaga se había puesto un anuncio

<sup>2</sup> Cfr. GISSI, Jorge. *Identidad, carácter social y cultura latinoamericana*. En *Identidad latinoamericana: Psicología y Sociedad*, Santiago de Chile: Andes, 1987. Gissi plantea que las sucesivas caracterizaciones del continente reflejan una dominación colonial y neocolonial que afecta nuestra conciencia de identidad colectiva: *Indias* se llamó al territorio, e *indios* a sus aborígenes, resultado de una equivocación de Colón, quien creyó haber llegado a otra parte. *Descubrimiento* a un encuentro entre culturas en el que se atribuye el carácter de sujetos «descubridores» a los conquistadores, y objetos «descubiertos» a los nativos, como si éstos no hubieran descubierto mucho antes los territorios que habitaban. Deja entonces de ser el continente un mundo «para sí» y se convierte en un mundo «para otro»: las metrópolis de turno, que se apropian las tierras, las riquezas y las gentes que los colonizadores encontraban a su paso. *América* surge luego como nombre perpetuador de la memoria de otro europeo que se dio cuenta de que era un nuevo continente; y luego, con una nueva connotación que persiste en la actualidad, este mismo nombre y el gentilicio *americanos* se lo apropian los nuevos amos anglosajones del continente que habían poblado gran parte del norte exterminando nativos y anexándose territorios. Finalmente, el término *latina*, con el que, sustituyendo las denominaciones de la Ibero-América hispana y lusitana, Napoleón

III quiso incluir además las colonias francesas, aunque dejando de lado las inglesas y holandesas que también eran parte del Caribe, e ignorando por supuesto las realidades culturales mestizas, las aborígenes y las de ancestro africano, consideradas de orden inferior.

que decía *Macondo* y otro más grande en la calle central que decía *Dios existe*. En todas las casas se habían escrito claves para memorizar los objetos y los sentimientos. Pero el sistema exigía tanta vigilancia y tanta fortaleza moral, que muchos sucumbieron al hechizo de una realidad imaginaria, inventada por ellos mismos, que les resultaba menos práctica pero más reconfortante».

Hasta que un día, a ese pueblo «que se hundía sin remedio en el tremedal del olvido» llega el legendario gitano Melquíades —símbolo de la alquimia que se transforma en ciencia y tecnología—, con su «sustancia de color apacible» que devuelve la luz de la memoria a los macondianos. El fantástico invento de la daguerrotipia, precursor de la fotografía, y el cinematógrafo que más tarde llegaría a Macondo junto con el ferrocarril, la planta eléctrica, el telégrafo, el teléfono y el gramófono, traerán consigo, sin embargo, un porvenir que pronto sumirá a los habitantes de Macondo «en un permanente vaivén entre el alborozo y el desencanto, la duda y la revelación, hasta el extremo de que ya nadie podía saber a ciencia cierta dónde estaban los límites de la realidad».

Esta referencia a *Cien años de soledad* me parece especialmente significativa para intentar una explicación del sentido y una justificación de la validez de mi propuesta de abordar la relación entre ética y comunicación desde la perspectiva de las *identidades culturales*.

En primer lugar, se trata de la exigencia de reconocimiento de una realidad cultural que ha sido y sigue siendo, cuando no ignorada, desfigurada e incluso negada, sí relegada a un *tercer* plano —el del todavía llamado «tercer mundo»— en los procesos mundiales de la información y la comunicación internacional. Esta exigencia de reconocimiento implica una apelación al ser mismo y a la historia de una realidad cultural compleja, que en relación con el trasfondo filosófico del concepto de *identidad* nos remite a dos postulados ontológicos aparentemente irreconciliables —con sus

repercusiones en el campo de la epistemología y de la ética—: el postulado parmenídico de la *identidad metafísica del ser* y el postulado heraclitiano del *devenir histórico de los seres*.

Del primero de estos postulados parece derivarse una concepción del mundo y del hombre —de su ser, de su conocer y de su actuar— en términos de permanencia, en el sentido de una esencialidad inmutable con respecto a la cual las manifestaciones sensibles de lo variable son o meras apariencias o simples accidentes que no afectan lo substancial de la realidad. Del segundo postulado, en cambio, parecen desprenderse una cosmovisión y una antropovisión de índole dinámica, en términos de constante transformación, en la que las esencias inmutables se diluyen en las continuamente cambiantes existencias.

Subrayo, sin embargo, que la irreconciliabilidad es sólo aparente. De hecho, en el contexto antropológico de la reflexión y la acción éticas, el concepto de identidad cultural no es razonablemente pensable sin una referencia a la historia, en una relación tan estrecha como la que tienen entre sí la memoria recuperada de lo vivido y la expectativa creadora del porvenir.

A este respecto, asumo el concepto de *cultura*, siguiendo a Jesús Martín Barbero, como «el tejido de relaciones e intercambios simbólicos desde los que se construyen y reconstruyen permanentemente las identidades sociales»<sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup> Definición propuesta por Jesús Martín Barbero, filósofo de la cultura y comunicólogo iberoamericano, en su ponencia titulada *Ética y cultura*, durante el **Seminario sobre Ética Ciudadana** que se llevó a cabo en Bogotá los días 30 de septiembre y 1 de octubre de 1991, publicada en la memoria de dicho evento: **Colombia, una casa para todos-Debate ético**. Santafé de Bogotá, D.C.: Programa por la paz- Anthropos, 1991. Tal es el concepto de cultura que subyace a sus planteamientos en la más importante de sus últimas obras: **De los medios a las mediaciones-Comunicación cultura y hegemonía**. México-Barcelona: G. Gili, 1987.



En el contexto de esta dinámica dialéctica de la constante y siempre nueva recuperación y recreación de las identidades culturales, existe la posibilidad de convertir el lenguaje y los medios de la dominación y la opresión en nuevas mediaciones de resistencia y liberación<sup>4</sup>.

En segundo lugar, me parece importante destacar por qué asumo el concepto de *identidades en plural*. Me baso para ello en una antropovisión en la que el reconocimiento de la pluralidad se corresponde con el respeto por las diferencias en términos de la virtud quizá más solicitada hoy con respecto a la comunicación de las expresiones culturales: la tolerancia. Esta afirmación tolerante de lo plural nos remite a tres características de la situación mundial —que también ocurre en Latinoamérica— en la que se plantea actualmente el debate entre «neomodernidad» y «posmodernidad», después de los fracasos de las concepciones totalizadoras y totalitarias del mundo y del hombre

que han venido disputándose el dominio del planeta. Tales características pueden resumirse como la reivindicación de lo «micro» contra la absolutización de lo «macro», la afirmación de lo fragmentario contra la pretensión de un mundo unificado y uniforme y la revaloración de lo estético-afectivo contra el predominio de lo lógico-racional.

En tercer lugar, la propuesta de abordar la relación entre ética y comunicación desde la perspectiva de las identidades culturales surge no sólo del trasfondo etimológico de los términos, sino también de la significación de los conceptos mismos de *ética y comunicación*.

Por una parte, el concepto de *ética* nos remite al vocablo griego *ethos*. En este sentido, propongo abordar la relación entre ética y comunicación desde la noción de *ethos cultural*, sin reducir por ello el campo universal de la ética al de las particularidades culturales, que sería el peligro de la absolutización de las corrientes comunitaristas, pero sí tomando en cuenta tales particularidades, con la intención de proponer una ética de la comunicación situacionalmente comprometida.

Entiendo por *ethos cultural*, siguiendo al filósofo argentino Juan Carlos Scannone, que a su vez se basa en el francés Paul Ricœur al recurrir a esta noción, «el modo particular de vivir y habitar éticamente el mundo que tiene una comunidad histórica (un pueblo, una familia de pueblos, etc.), como tal en su historia». Esta definición, según el propio Scannone, «no sólo tiene en cuenta las estructuraciones (económica, social, política, etc.) de la convivencia, sino también el *núcleo ético-sapiencial* de principios vividos y valores que la orientan (...), lo cual implica tener en especial consideración la *respuesta libre* (aunque estructuralmente condicionada), que la comunidad como

<sup>4</sup> Cfr. ROIG, Arturo Andrés. *Teoría y crítica del pensamiento latinoamericano*. México: F.C.E., 1981. El filósofo argentino evoca a Roberto Fernández Retamar, quien en su ensayo *Calibán, apuntes sobre la cultura de nuestra América*. (México: Diógenes, 1974)<sup>4</sup> sitúa en una isla imaginaria del Caribe el mito de Calibán que aparece en *La tempestad* de Shakespeare. Calibán, el nativo sometido en su propia tierra por el colonizador Próspero, «de ser un hombre sin lenguaje, o por lo menos poseedor de un habla primitiva y bárbara, ha aprendido la del señor». Pues bien, en un determinado momento, Calibán descubre que el habla que se le ha impuesto puede servir para maldecir al conquistador y dominador; Calibán ha llevado a cabo desde sí mismo una transmutación axiológica, ha puesto a su servicio un bien, cambiándole de signo valorativo. El habla de dominación se transforma en su boca, de ahora en adelante, en un habla de liberación. Mas este hecho no hubiera tenido lugar si no hubiera habido un cambio dentro del sistema de relaciones humanas, el que consiste de modo muy simple en que Calibán, de ser un medio de carácter instrumental, se ha reconocido a sí mismo como fin, aun cuando el antiguo amo se niegue a efectuar por su parte ese reconocimiento, en cuanto reconocimiento del otro. Ya llegará a producirse algún día ese segundo reconocimiento (...).



tal va dando en su historia al imperativo ético absoluto de *bien* que la interpela por intermediación de los valores y de las realidades y acontecimientos históricos»<sup>5</sup>.

Ahora bien, para reconocer el *ethos cultural* como referente experiencial en el proceso histórico de un pueblo o de una familia de pueblos, es necesario tener en cuenta —siguiendo a Scannone— tres dimensiones: la *semántica* histórico-cultural (el trasfondo de sentido, valores, símbolos, memoria de experiencias históricas y obras de una determinada cultura) puesta en juego por las decisiones históricas de la comunidad; la *sintaxis* cultural y social, según la cual se articulan tales elementos en estructuras o instituciones sociales; y la *pragmática* ético-histórica (ético-cultural, ético-política, ético-religiosa) que las pone en juego y en obra, con libertad ética en el drama de la historia. «El interjuego histórico de esas dimensiones (semántica, sintáctica y pragmática) configura *el ethos cultural*».

Por otra parte, el concepto de *comunicación*, entendido y asumido en su más amplia comprensión, nos remite a la necesidad de trascender la mera *información*, incluso en sus modalidades bidireccionales —o «interactivas», como se les llama hoy en el campo de las nuevas tecnologías—. Sin negar el valor, la importancia, la utilidad y la necesidad de los procesos de intercambio de información y de retroalimentación —que ocurren no sólo en las interacciones humanas sino también en las

relaciones entre los demás seres y sistemas animados e inanimados—, el uso del concepto *comunicación* adquiere en el ámbito de las relaciones entre seres humanos una connotación que nos lleva más allá de lo informático y que es preciso explicitar: la exigencia de *autenticidad*, *autonomía* y *participación* de todos los sujetos, individuales y comunitarios, en los procesos de reconocimiento, expresión y desarrollo de los valores que constituyen sus respectivos *ethos culturales*.

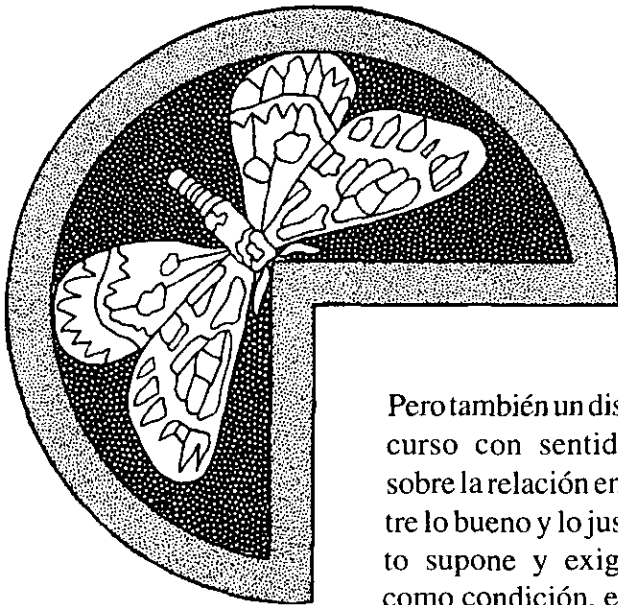
La relación indicada entre *ethos culturales* y ética de la comunicación supone a su vez una clarificación del sentido en el que se asume el concepto de ética. En este trabajo parto de la definición ricœuriana de la mirada ética o «visée éthique» como «visée de la *vie bonne, avec et pour autrui, dans des institutions justes*», es decir como «apuntamiento a la *vida buena, con y para el otro*, dentro de *instituciones justas*»<sup>6</sup>.

Desde tal punto de vista, entiendo la ética como el ámbito de la filosofía práctica en el que se intenta dar razón del sentido del discurso *público* (*con y para los otros*) sobre la relación entre lo *bueno* y lo *justo*. En este sentido, la ética de la comunicación debe ser abordada y desarrollada en cuanto reflexión acerca de la *acción comunicativa* y del *discurso responsablemente solidario*<sup>7</sup>.

<sup>5</sup> SCANNONE, Juan Carlos. *La mediación histórica de los valores - Aporte desde la perspectiva y la experiencia latinoamericanas*, En *Cuadernos de filosofía latinoamericana*, No. 3, Buenos Aires. Abril-Junio de 1984, p. 33.

<sup>6</sup> Cfr. RICŒUR, Paul. *Soi meme comme un autre*, Paris: Seuil, 1990, VII Etude: *Le soi et la visée éthique*, p. 200.

<sup>7</sup> Cfr. HABERMAS, Jürgen. *Conciencia moral y acción comunicativa*. (1983), Barcelona: Península, 1985. Cfr. APEL, Karl Otto. *La ética del discurso como ética de la responsabilidad: una transformación posmetafísica de la ética de Kant* (1987), En *Teoría de la verdad y ética del discurso*. Barcelona: Paidós-Universidad Autónoma de Barcelona, 1991. Cfr. CORTINA,



Pero también un discurso con sentido sobre la relación entre lo bueno y lo justo supone y exige como condición, en conexión a su vez

con el «mundo de la vida» al que aluden las teorías críticas de la acción comunicativa y del discurso responsablemente solidario, la referencia hermenéutica a lo que unos llaman *ética de la interpretación*<sup>8</sup> y otros *ética de la autenticidad*<sup>9</sup>.

Estas cualificaciones de la ética, aunque provenientes de distintas e incluso opuestas corrientes del pensamiento contemporáneo, nos remiten cada una desde su respectivo punto de vista al concepto de las *identidades culturales* sobre la base del reconocimiento público y progresivo de los llamados «derechos humanos», formulados inicialmente en términos individualistas, pero cuyos sujetos históricos reales son también los grupos, los pueblos, las naciones y las comunidades culturales.

Pero ¿qué entendemos por «*identidades culturales*»? A este respecto cabe señalar tres tendencias representativas de una confusión que es necesario superar para acceder a un concepto integral de cultura que nos permita reconocer nuestras verdaderas identidad(es), y a partir de este reconocimiento construir nuestros propios modelos ético-sociales de democracia<sup>10</sup>:

La primera tendencia concibe la cultura como *ideología*. Consecuencia directa del análisis marxista, considera la cultura —capitalista básicamente— como una distorsión o falsa conciencia que debe ser superada: «Una ideología dominante con la cual las clases dirigentes latinoamericanas someten al pueblo, impidiéndole una toma de conciencia sobre su realidad y sobre la explotación de la que es víctima. De esta forma, la cultura como ideología se concibe en términos de ‘un instrumento de legitimación y sometimiento que el pueblo debe combatir a través de una toma de conciencia revolucionaria que le posibilite asumir su propio destino’ y, por tanto, ‘la conciencia revolucionaria es la nueva cultura (válida) frente a la ideología capitalista’. Sin embargo, no obstante sus aportes, esta concepción de la cultura como ideología «ha mostrado su debilidad en el error de desconocer tanto el pasado como el futuro de la identidad cultural, reduciendo todo a la panacea del marxismo, dogmática e imperialista ella también, sin visualizar ninguna otra perspectiva».

Una segunda tendencia entiende la cultura como *axiología*. Producto de varias influencias, entre ellas la de la filosofía de las formas simbólicas y la

Adela. *Razón comunicativa y responsabilidad solidaria*, Barcelona: Sígueme, 1985; *Ética mínima*, Madrid: Tecnos, 1986-1989-1992; *Ética sin moral*, Madrid: Tecnos, 1990-1992.

<sup>8</sup> Cfr. VATIMO, Gianni. *Ética de la interpretación*. Buenos Aires: Paidós, 1991.

<sup>9</sup> Cfr. TAYLOR, Charles. *Ética de la autenticidad*. Barcelona: Paidós, ICE-UAB, 1994.

<sup>10</sup> MEJIA QUINTANA, Oscar y TICKNER, Arlene. *Cultura y democracia en América Latina - Elementos para una reinterpretación de la cultura y la historia latinoamericanas*, Bogotá: Tercer Mundo, 1992.

antropología filosófica de Cassirer, como también la corriente hermenéutica europea representada específicamente en Ricœur. Esta concepción se relaciona con el descubrimiento de la dimensión cultural precolombina y sus implicaciones en el intento de una definición de los «valores» latinoamericanos como fundamento básico de nuestra identidad. La tendencia axiológica ha sido alentada de modo significativo por el *boom* de la narrativa latinoamericana, que ha buscado definir nuestra identidad a partir de la recuperación de los «valores autóctonos». Pero, no obstante sus invaluable contribuciones con respecto a la pregunta sobre nuestra identidad cultural, que «permitió incorporar nuevos conceptos rompiendo el monótono monopolio que el marxismo había impuesto», también hay que reconocer en ella «un eclecticismo que en ocasiones no deja de ser superficial y en otras aparece un tanto acomodado hacia la definición de determinados aspectos».

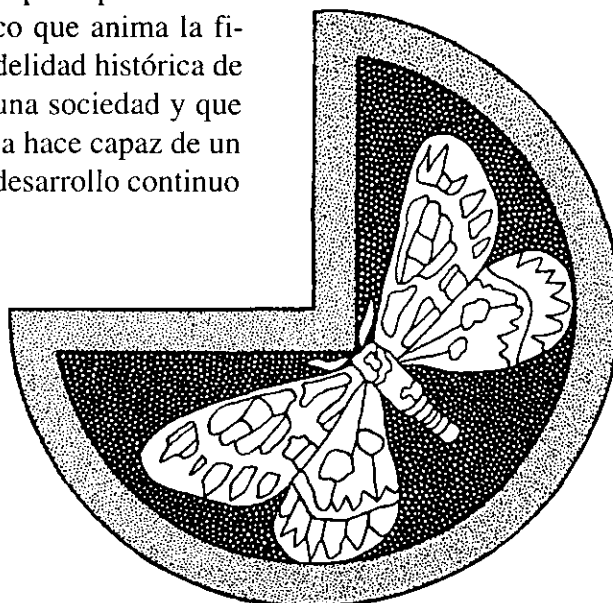
La tercera tendencia identifica la cultura con la *tradición*: «Surge en sectores muy cercanos a la Iglesia» y «busca definir nuestra identidad cultural a partir, precisamente, de una recuperación de las tradiciones latinoamericanas más genuinas». «Las tradiciones latinoamericanas ético-míticas materializadas en la religión, la narrativa, las artes y cierta reflexión en proceso de homogenizarse, debían ser la médula central de nuestra identidad cultural». Aunque «la intención no era descabellada y sin duda constituía una consideración más brillante del problema», «desafortunadamente, poco a poco, la perspectiva fue orientándose hacia una defensa de la tradición *per se*, particularmente la religiosa, desvirtuándose así todo el contenido renovador», puesto que «limitaba de entrada el cuestionamiento crítico o lo eliminaba al reemplazar la hermenéutica por una simple exégesis de la tradición, sin tener en cuenta la vitalidad dinámica de unas identidades culturales siempre en proceso de construcción histórica».

Las tres tendencias señaladas deben ser sometidas a una crítica constructiva que nos permita abordar

el problema de las «identidades culturales» en el marco de un concepto general de cultura. En tal sentido, «la cultura latinoamericana debe ser interpretada integralmente desde estas tres ópticas iniciales, evitando caer en las nefastas polarizaciones que nos han conducido al punto muerto en que nos encontramos. Además de otros elementos complementarios necesariamente colindantes con la definición de identidad cultural, como son el *reconocimiento de nuestro mestizaje cultural* y la nueva visión de la historia latinoamericana que también debe formularse, sería imposible alcanzar un concepto pleno de cultura en América Latina si no incluyéramos en él los tres principios que individualmente han profundizado las tendencias anotadas, sin que ello signifique, se insiste, configurar un eclecticismo superficial e incoherente».

Son iluminantes al respecto los planteamientos de Hervé Carrier en una Conferencia Mundial de la Unesco sobre Políticas Culturales (México, 1982), en la que tomaron parte 130 países:

«La cultura es el elemento esencial de cada sociedad nacional, como de cada colectividad. Es el tejido viviente de toda comunidad humana. La idea más destacada (...) es la de *identidad cultural*: es el principio dinámico que anima la fidelidad histórica de una sociedad y que la hace capaz de un desarrollo continuo



gracias a su propia creación. La identidad cultural de un grupo humano supone un sentimiento de pertenencia y de apego a un patrimonio. El grupo posee sus creencias, sus valores espirituales, sus costumbres, sus modos de ser, sus formas de vivir, de crear: es decir, un modo determinado de ser en el mundo. Todo ser humano tiene, pues, *derecho a su cultura* como a su propia personalidad, porque es su misma humanidad. Existe una dialéctica entre la fidelidad a la tradición y la capacidad de renovación y de apertura a los otros. Se ha hecho notar que el cambio cultural no es una idea antagónica de la preservación cultural. La cultura es el modo de crecimiento típico de una colectividad humana y, en este sentido, el desarrollo nunca es algo terminado. Incluso se puede decir que todos los países están en vías de desarrollo cultural. Cuando los responsables de la política hablan de identidad cultural, tratan de un derecho inalienable e irreductible, porque está vinculado a la condición humana. Este derecho corresponde a la libertad que tiene una comunidad de ser ella misma en sus comportamientos más auténticos, de sobrevivir mientras conserva su creatividad propia y de evolucionar sin alienación. De esta concepción a la vez antropológica y política de la cultura se desprenden varias *consecuencias*. Por una parte se debe reconocer la *legitimidad de las diferencias culturales y aun la igualdad de todas las culturas*: no hay culturas superiores y culturas inferiores, porque son los hombres en su misma humanidad los que se toman en cuenta. Este principio, una vez admitido, entraña el respeto a los valores de cada grupo humano, incluso minoritario, marginal o económicamente pobre. Si las culturas son iguales entre sí, en lo sucesivo se habrá de imponer otra visión en los intercambios internacionales y en los proyectos de cooperación cultural. Es necesario que los ricos dejen de considerar a sus interlocutores como seres inferiores. Es necesario que cese lo que se ha llamado la etnologización de los pueblos pobres o su fol-

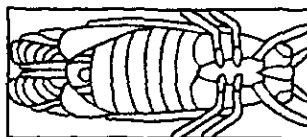
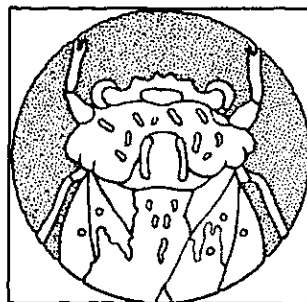
lorización (...). Las identidades culturales están ahora más gravemente amenazadas que en el pasado. El influjo dominante de los medios de comunicación impone condicionamientos que corren el *peligro de uniformar las culturas*. La tecnología moderna introduce cambios acelerados en los estilos de vida, que, como consecuencia psico-sociológica, suscitan profundas inseguridades. Todos los grupos humanos están, más o menos conscientemente, en busca de una identidad cultural que les permite asumir su futuro en forma creadora»<sup>11</sup>.

A partir de estas consideraciones de base, intentaré plantear a continuación tres hipótesis y tres cuestionamientos, para desembocar en una propuesta de trabajo investigativo y docente en torno a la relación entre la ética de la comunicación y las identidades culturales.

## 1. Las hipótesis

### 1.1. Ética comunicacional y crisis del sujeto

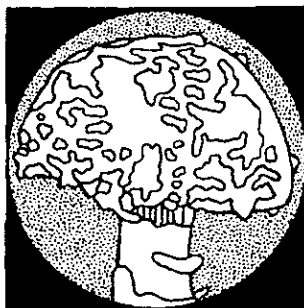
La primera hipótesis podría formularse así: la crisis ética actual se presenta en términos de una *crisis del sujeto moral*. Esta crisis, a la vez que se manifiesta bajo la forma de la ausencia o disolución del sujeto social, es a su vez crisis de la *conciencia moral* y de su formación o desarrollo. En el contexto de la pregunta por la relación entre comunicación e identidades culturales, los procesos de personalización y socialización, como también los modos del relacionamiento interperso-



<sup>11</sup> CARRIER, Hervé. *Culturas: nuestro futuro (Cultures: notre avenir*. Universidad Gregoriana 1985), Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador, 1988. Cap. IV. *¿Qué políticas culturales el día de mañana?*. p. 82-84.

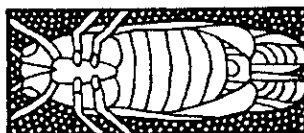


nal y social, condicionados por los medios de comunicación colectiva, están configurando nuevos modelos éticos cuyas formas y contenidos constituyen un reto para el discurso de la filosofía moral si éste pretende tener un sentido para el hombre de hoy y del próximo futuro.



que lo constituido primeramente no es la idea de comunicación, sino la de *incomunicabilidad* de las mónadas, desde la cual la comunicación, en vez de ser una condición trascendental de posibilidad del discurso, debe entenderse más bien como un problema y un enigma<sup>13</sup>.

a. En primer lugar, la crisis del sujeto moral se manifiesta como una ausencia, o por decir lo menos, una precariedad de la referencia del *yo* a un *tú* y a un *nosotros*, como también del *nos-otros* a un *vos-otros*. Esta precariedad se presenta también en el ámbito de las referencias a lo que podríamos llamar el reconocimiento de las *terceras personas*, tanto en términos sincrónicos como diacrónicos (¿qué mundo les estamos dejando a las futuras generaciones?). Aquí cabe evocar la relación entre los conceptos de *identidad* y *alteridad*, entre el *sí mismo* y los *otros*, por cuanto ambos se exigen mutuamente. En este sentido tanto la subjetividad personal como la social están en crisis.



b. Esta crisis de la subjetividad social implica a su vez una crisis de la *conciencia moral*, por lo menos en tres aspectos: el de la relación entre conciencia *individual* y conciencia *colectiva*, el de la relación entre conciencia *autónoma* y *heterónoma* y el de la relación entre *autenticidad* y *socia(bi)lidad*, en el contexto del binomio *personalización-socialización*.

c. En este contexto, los procesos y el ambiente de la masmediación contemporánea inciden en los modos de relacionamiento interpersonal y social, con implicaciones concretas que constituyen un reto a la relación entre ética y comunicación, lo cual se manifiesta por lo menos en dos fenómenos:

Dentro de las corrientes críticas de la filosofía se hace referencia a la intersubjetividad como categoría trascendental en el sentido del «a priori» de una *comunidad de comunicación*<sup>12</sup>, pero podríamos preguntarnos hasta qué punto este a priori como comunidad ideal se corresponde con una comunidad real, sobre todo si contrastamos esta referencia con la concepción de los sujetos como mónadas o series cerradas de acontecimientos psíquicos, es decir, sin intersección, de tal manera

Como primer fenómeno, la cultura masmediática contemporánea ha venido estableciendo una *equivalencia entre ser y aparecer-en-los-medios*: todo lo que los medios de comunicación masiva ignoran o silencian, y en la medida en que lo hacen, parece condenado a la inexistencia. En este sentido, por una parte, los mediadores de la comunica-

<sup>12</sup> Cfr. APEL, K.O. *El a priori de la comunidad de comunicación y los fundamentos de la ética - El problema de una fundamentación racional de la ética en la era de la ciencia*. En *La transformación de la filosofía* (1973), Madrid: Taurus, 1985. pp. 341-413.

<sup>13</sup> Cfr. RICCEUR, P. *Discurso y comunicación*, Conferencia inaugural del XV Congreso de la Asociación de Sociedades de Filosofía de la Lengua Francesa, Universidad de Montreal, 1971, En *La Communication*. Montreal: Editions Montmorency, 2, 1973, pp. 1-48. Trad. al castellano: Francisco Sierra G.-Víctor Florián, Rev. *Universitas Philosophica*. Facultad de Filosofía, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá-Colombia, Nos. 11-12. diciembre 1988 - junio 1989. Cfr. et. CAMPS, Victoria. *Paradojas del individualismo*. Barcelona: Diakonos-Crítica, 1993, p. 14.

ción masiva actúan positiva y constructivamente cuando los espacios de que disponen posibilitan la expresión auténtica y la autoconciencia de las identidades personales y sociales. Pero, por otra parte, tanto los individuos como las colectividades se encuentran amenazados por el peligro de ser virtualmente suprimidos como tales, en la medida en que los medios desconocen sus formas concretas de vida personal o comunitaria. Por otra parte, también la equivalencia entre ser y aparecer en los medios puede implicar la amenaza de una deformación de las subjetividades al ser instrumentalizadas las personas, las comunidades y las culturas como simples objetos para el consumo, al ser desfiguradas con intenciones etnocéntricas de dominación, o al ser reducidas unas y otras a simples datos estadísticos contabilizables en los sondeos de recepción o de opinión.

Como segundo fenómeno, este *ser = aparecer-en-los medios* se manifiesta en términos de una civilización de la imagen, tanto visual como sonora y audiovisual. Esta civilización de la imagen, materializada en la visualidad de los medios impresos, en la evocación sonora de la radio y de los sistemas de audio, pero sobre todo en la narratividad audiovisual del cine, la televisión y el video, con todas las implicaciones que se siguen en virtud de los avances vertiginosos de las nuevas tecnologías, ha transformado los modos de la intersubjetividad y la interrelación humana, por lo menos en tres aspectos relacionados con la formación y el desarrollo de la conciencia moral individual, pero también con la formación de la conciencia colectiva ligada a la percepción del ethos cultural.

Primer aspecto: la imagen que cada individuo o cada colectividad social se va formando de sí, y por lo mismo la manera como se autovalora en su ser y en su actuar, es la que, a través de los mecanismos de proyección, identificación e introyección, resulta de su exposición constante a los modelos predominantes de comportamiento que le presentan tales medios. En este sentido, los

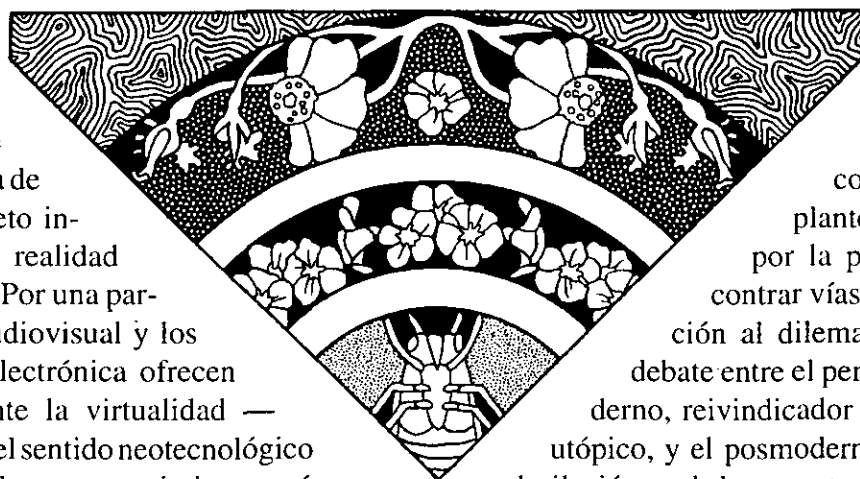
medios suelen inducir en las personas y en las comunidades criterios de autovaloración dictaminados por la identificación con dichos modelos, de tal manera que somos impelidos a catalogarnos y a ser catalogados como gente *in* o gente *out* según nuestros comportamientos se ajusten o no a ellos. Ahora bien, la expresión de las formas en que el sujeto individual y colectivo se ve y se valora a sí mismo parece tener como escenario cada vez más patente e importante la televisión. En este escenario parece incrementarse la necesidad de expresar los comportamientos en otras épocas confinados a la intimidad, de modo que podríamos visualizar el proceso de secularización de la conciencia moral, permítaseme la comparación, como el paso ya no del confesionario al psicoanálisis, sino de éste a los programas tipo *reality show* en los cuales se exponen públicamente, a la vista y conocimiento de todos, los problemas cotidianos que la gente antes sólo compartía en ámbitos confidenciales de carácter privado.

Segundo aspecto: si bien la actual civilización masmediática posibilita y promueve una visión abierta del planeta que trasciende los parroquialismos y provincialismos culturales, de tal manera que en la «aldea global» nos sentimos y nos pensemos cada vez más como ciudadanos del mundo —en el sentido de la «macrosfera» y la «macroética» que propone, por ejemplo, Karl Otto Apel—, esto parece suceder a expensas del sacrificio de nuestro sentido de pertenencia cultural a unos ámbitos comunitarios particulares y concretos —que corresponden a la «microsfera» y la «mesosfera» apelianas—, con los cuales tenemos un compromiso específico e inmediato. Pero, a la inversa, cuando los medios de comunicación y sus formas de mediación se reducen a visiones localistas, chauvinistas o patrioterías de la realidad, al punto de ignorar o negar lo extranacional y lo ultraétnico, existe también el peligro de los crecientes renacimientos de la xenofobia y del racismo, que desconocen y aun intentan suprimir las posibilidades de la convivencia con el «otro».

Tercer aspecto: otra forma de incidencia parece darse en la forma de relación del sujeto individual con la realidad que lo circunda. Por una parte, la imagen audiovisual y los avances de la electrónica ofrecen constructivamente la virtualidad — también en todo el sentido neotecnológico del término— de un conocimiento más a fondo y en detalle, holístico, desde múltiples puntos de vista y con las posibilidades de las panorámicas y los primeros planos, de los objetos e incluso de nuestras propias entidades individuales y sociales. Pero, por otra parte, al ser mostrada y percibida la realidad exclusiva o predominantemente bajo la apariencia de un espectáculo, la conciencia del perceptor parece conminada a reducirse a la de un espectador no comprometido con los problemas y desafíos sociales que le plantea su propia cotidianidad. El espectacularismo, presente en las múltiples modalidades de la información sensacionalista, pero también en los relatos de ficción cuando ofrecen una visión falseada del mundo al reducirlo a una especie de campo de batalla en el que se enfrentan a muerte los «buenos» a los «malos», parece inducir al espectador, mas allá de los eventuales procesos de mimesis o de catarsis, a una percepción de la realidad reducida al aplauso o al abucheo, desentendida de la acción realmente comprometida en la transformación y el desarrollo social del ambiente local, nacional y planetario.

## 1.2. Etica comunicacional y crisis de proyectos sociales

La segunda hipótesis que propongo se deriva de la anterior y podría formularse así: la crisis ética actual se plantea en términos de una *crisis de proyectos sociales*. En esta perspectiva, y en el contexto de la problemática de la realización his-



tórica de las identidades culturales y su autoexpresión comunicativa, cabe plantearse la pregunta por la posibilidad de encontrar vías o formas de solución al dilema implicado en el debate entre el pensamiento neomoderno, reivindicador del razonamiento utópico, y el posmoderno, que expresa la desilusión y el desencanto con respecto a la idea misma de proyecto histórico social.

Intentemos una descripción de los rasgos característicos de esta crisis de proyectos sociales:

1. La existencia, la manifestación y los intentos de realización de proyectos, tanto personales como sociales, son aspectos inherentes al ser humano en todos los momentos de su historia. Sin embargo, en ocasiones estos proyectos parecen diluirse, dando lugar a fases de oscurecimiento, negativismo y pesimismo histórico. ¿Será esta época una de esas ocasiones? Estamos experimentando, en las vísperas del comienzo de un nuevo milenio, los coletazos de una desilusión a la que parecen habernos llevado las frustraciones de proyectos utópicos que pretendían construir un paraíso en la tierra a base de transformaciones económicas y políticas inspiradas en los postulados tanto liberal-capitalistas como social-colectivistas de la modernidad ilustrada. Por otra parte, las propuestas neorreligiosas y sincréticas de los milenarismos y de la «nueva era» nos invitan insistentemente a desmontarnos de los esquemas lógico-racionales para comenzar a cabalgar sobre los pegasos ligeros de la esoteria y del sentimiento.

En los campos de la ética y la política —estrechamente relacionados entre sí, como de hecho ya lo habían intuido Sócrates, Platón y Aristóteles—, la dinámica de los sistemas sociopolíticos mesiánicos parece haber retrocedido. En su lugar, cada cual

(cada individuo, cada comunidad local si ésta existe) parece refugiarse en un sálvese quien pueda, y si las nuevas propuestas van por el lado de una búsqueda de la vida buena, ésta se plantea predominantemente, orquestada por los medios de comunicación de masas, en términos de la mayor satisfacción inmediata posible de los impulsos hedónicos individuales, sin compromiso alguno de participación activa en procesos sociales y políticos de largo alcance.

Ante esta situación, pareciera que nos enfrentamos a un dilema ético: o renunciamos a todo proyecto racional, permaneciendo cómodos en el aquí y ahora de nuestras posibilidades de «autorrealización» individual, en un reducido ámbito comunitario local o microsocioal, o nos embarcamos comprometidamente en la construcción y realización de un proyecto histórico que «valga la pena», con todas sus implicaciones sociales y políticas de participación activa en la búsqueda de una sociedad mejor para todos, tanto en términos individuales como comunitarios y universales.



De hecho, los proyectos nunca dejan de existir como tales. Toda existencia humana, personal y comunitaria, individual y social, supone un proyecto por realizar, de tal modo que aun la pretensión de no tener proyecto alguno parece ser ya un proyecto en sí mismo. La respuesta al dilema consiste entonces en qué tipo de proyecto se asume conscientemente, y si este proyecto quiere ser o no un proyecto racional. La crisis consiste, por tanto, no en la ausencia de proyectos, sino en la encrucijada en que se encuentran actualmente los que se han venido proponiendo y que de alguna manera, en sus distintas formas de pretensión de permanencia, se

han visto frustrados o abocados a callejones sin salida.

2. La civilización masmediática parece oponerse al planteamiento mismo de proyectos sociales con alguna significación de universalidad y de futuro de largo alcance. La mentalidad facilista del éxito inmediato, de la eficiencia pragmática sin dilaciones, parece abocar al fracaso cualquier macroproyecto, al punto de sospechar de la validez de cualquier plan que implique esfuerzos prolongados. Es el triunfo de lo micro sobre lo macro, del presente sobre el futuro. Esto se deja ver en los distintos ámbitos de la información: se exigen y se exaltan los resultados inmediatos en los campos de la tecnología, la medicina, la psicología, la economía, la política e incluso en los de la religión. Nada da espera. Todo tiene que ser resuelto ya. En el plano de la salud es más importante el alivio rápido que la curación efectiva. Los proyectos a largo plazo no tienen sentido en el mundo de los microrrelatos y de la microtecnología. Lo «virtual» no es ya un mundo que se busca con la esperanza puesta en horizontes nuevos de un porvenir que hay que ir construyendo sobre la base de esfuerzos individuales y colectivos, sino una realidad de la que se disfruta cómodamente y sin compromisos en el presente, gracias a las maravillas de la nueva tecnología informática.

¿Qué implica esto en relación con las identidades culturales? En primer lugar, un peligro: el del olvido, si no la negación, de la propia historia, tanto personal como comunitaria y social. La historia es reemplazada por las historias, las pequeñas historias susceptibles de ser radio o teledramatizadas. Pero, por otra parte, una ventaja: la de no ser sacrificados al culto idolátrico de una macrohistoria o de una tradición en nombre de la ideología hegemónica. Ahora bien, de todos modos, el proyecto neoliberal en su versión de capitalismo salvaje, orquestado actualmente en marcha triunfal por las multinacionales de la masmediación, la información y la telemática, parece imponer este tipo de sacrificio no sólo a las personas ignoradas

o desfiguradas en lo que respecta a sus identidades individuales, sino también a las comunidades intra e internacionalmente marginadas en lo que atañe a sus identidades culturales.

3. En el caso de América Latina, esta crisis de proyectos sociales se ha hecho palpable en distintas formas, pero también con rasgos comunes. ¿Qué nos puede estar indicando esta crisis en relación con el dilema anteriormente planteado?

Juan Carlos Scannone, en una lúcida revisión filosófica de los que él llama *proyectos de mediación histórica* de los valores que han contribuido a la configuración del ethos cultural latinoamericano, señala la sucesión de siete proyectos que han venido disputándose la hegemonía en esta parte del continente: el proyecto colonialista, el modernizante, el subversivo, el dialéctico, el de la resistencia, el populista y el liberador. Este último es entendido y propuesto como el «proyecto auténtico de mediación de valores», y supone, por una parte, el redescubrimiento y la actualización de una *racionalidad sapiencial* inherente al reconocimiento de una realidad cultural de mestizaje, y por otra la recuperación y activación dialógica — participativa — de *espacios de convivencia solidaria*, tanto en lo microsocio (familia, barrio, fiesta comunitaria, deporte, sindicato, otras organizaciones libres del pueblo), como en lo eclesial (comunidad parroquial, barrial, comunidades eclesiales de base), en los que ya se viven la libertad, la solidaridad y la participación como «modelos» de nuevas relaciones sociales, incluso para los niveles macro-históricos<sup>14</sup>.

### 1.3. Etica comunicacional y crisis de valores

Una tercera hipótesis, que a su vez se deriva de la conjugación de las dos anteriores, podría ser formulada así: la crisis ética actual se presenta en términos de una *crisis de valores*. En este sentido la pregunta por la relación entre ética y comunicación, en el contexto de las cuestiones implicadas en el concepto de identidades culturales, ha de plantearse en torno a tres categorías axiológicas que a su vez constituyen tres dimensiones comunicacionales desde las que cabe proponer un encuentro entre las corrientes neomodernas y posmodernas del pensamiento filosófico social en su vertiente ética. Tales categorías son las que corresponden a los conceptos de *verdad, libertad y justicia*, y sus referencias comunicacionales pueden formularse respectivamente en términos de *veracidad* en correlación con el *sentido, libre expresión* en correlación con la *responsabilidad social y participación activa* en los procesos sociales y políticos relacionados con el ejercicio del *derecho a la comunicación*.

Ante todo, es preciso aclarar que cuando hablamos de una crisis de valores no necesariamente tenemos que entenderla desde la actitud nostálgica de un intento de recuperación de los referentes «perdidos» de una tradición, como si el cometido de la ética consistiera en mantener unos conte-

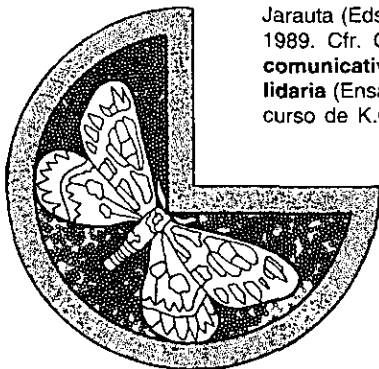


<sup>14</sup> SCANNONE, Juan Carlos. Op.cit., pp. 45-48.

nidos específicos de normatividad moral consagrados para siempre. Sin embargo, tampoco es válido ni éticamente razonable negar sin más la referencia a contenidos axiológicos sustantivos en aras de un nominalismo subjetivista-emotivista, como parece desprenderse de ciertas corrientes analíticas del lenguaje, por una parte, o de cierto procedimentalismo consensualista que parecen proponer en alguna forma las teorías críticas del discurso, por otra. De hecho, la intersubjetividad de las relaciones humanas de comunicación supone y exige un referente sustantivo, que las corrientes personalistas del pensamiento ético han compendiado en el concepto «dignidad de la persona» y desde el que cabe plantear la validez de unos «derechos humanos», reconocidos como tales desde una ética de la *responsabilidad solidaria* en un nivel no sólo microético (comunitario local) y mesoético (comunitario nacional), sino también macroético (universal planetario)<sup>15</sup>.

En este sentido me parece valiosa la propuesta de Paul Ricœur, en cuanto intenta superar los extremos a que pueden llegar la absolutización de la tradición por un lado, y por otro el criticismo absoluto que niega todo valor del pasado y cree que puede construirse el futuro desde cero<sup>16</sup>.

<sup>15</sup> Cfr. APEL, Karl Otto. *La situación del hombre como problema ético* (Orig. en alemán: 1983). En **Razón, ética y política - El conflicto de las sociedades modernas**. Varios Autores, X. Palacios y F. Jarauta (Eds.), Barcelona: Anthropos, 1989. Cfr. CORTINA, Adela. **Razón comunicativa y responsabilidad solidaria** (Ensayo sobre la Ética del discurso de K.O. Apel), Salamanca: Sígueme, 1985, esp. Capítulo 2.



<sup>16</sup> Cfr. RICŒUR, Paul. **Ética y cultura**. Buenos Aires: Docencia, 1986, Cap. I: *Ética y Cultura - Habermas y Gadamer en diálogo*.

De otro lado, el concepto ricœuriano de la *visée éthique*, puede ser un buen punto de partida para buscar caminos de conciliación entre las corrientes hermenéuticas y críticas del pensamiento ético, con sus consecuentes incidencias en el campo de la relación entre ética y comunicación. En efecto, cuando Ricœur define tal *visée éthique* (intención o pretensión ética) en términos de un *apuntamiento hacia la vida buena, con y para el otro, dentro de instituciones justas*, esta caracterización de la ética presenta una perspectiva de posible superación de la aparentemente irreductible confrontación entre la propuesta de una ética dialógica desde la neomodernidad crítica-trascendental y la de una ética interpretativa desde la posmodernidad hermenéutica-comunitaria<sup>17</sup>.

## 2. Los cuestionamientos

### 2.1. La cuestión ética de la verdad y sus implicaciones comunicacionales

La primera cuestión que a mi juicio ha de plantearse en una reflexión ética desde y acerca de la comunicación en la perspectiva de las identidades culturales es la pregunta por el reconocimiento y la auténtica representación pública de tales identidades como dimensión comunicacional de la ética, en la perspectiva de la *veracidad* y su correlación con el *sentido*.

Las identidades culturales, desde el reconocimiento de su *pluralidad*, constituyen un referente imprescindible del criterio de *veracidad* comunicativa. En este sentido, el concepto de veracidad como

<sup>17</sup> Cfr. RICŒUR, Paul. **Soi même comme un autre**, Paris: Seuil, 1990, VII Etude: *Le soi et la visée éthique*, p. 200.

valor ético correspondiente a la noción de verdad en cuanto opuesta a la mentira (no únicamente al «error»), implica en su contenido referencial el reconocimiento de las identidades culturales.

En mi artículo titulado *Los conceptos de verdad y la responsabilidad de comunicarla*<sup>18</sup>, me he referido al deber de «servir a la verdad» exigido por el derecho de los individuos y de toda comunidad humana a una información veraz. Allí expongo *siete concepciones de verdad*, que corresponden respectivamente a siete teorías epistemológicas cuyas incidencias en la ética comunicacional es necesario tener en cuenta. Estas siete teorías son las de la *correspondencia o conformidad* (conformidad del entendimiento con la realidad), la de la *coherencia interna del discurso* (concordancia entre las premisas y las conclusiones, entre las intenciones y la expresión), la del *descubrimiento del sentido* (a partir de la confrontación interrogativa), la de la *moral situacional o circunstancial* (a la que suele corresponder un relativismo escéptico), la *pragmática-utilitaria* (lo verdadero identificado con lo útil), la de la *praxis* (en la teoría dialéctica marxista-leninista que considera como criterio único de verdad los resultados de la acción social histórica contra la falsa conciencia de la ideología dominante) y, por último, la *diálogica* (en la cual se sitúa la «ética discursiva» o «ética de comunicación» propuesta actualmente por Karl Otto Apel y Jürgen Habermas<sup>19</sup>).

Aun reconociendo los aportes de estos conceptos —como también los respectivos peligros de su aplicación cuando cada cual es considerado como el único criterio válido—, en el trasfondo de la pregunta por una comunicación «veraz» está siempre implícito el referente de la identidad cultural de los sujetos implicados, sean estos considerados individualmente o en cuanto pertenecientes a comunidades concretas.

Según la Declaración de la Unesco (1978) en su artículo 3º, «los medios de comunicación, por medio de la difusión de la información relativa a los ideales, aspiraciones, culturas y exigencias de los pueblos, contribuyen a eliminar la ignorancia y la incomprensión entre ellos, y a sensibilizar a los ciudadanos de un país sobre las exigencias y las aspiraciones de los otros»<sup>20</sup>.

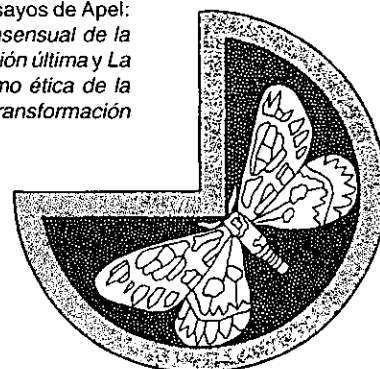
En relación con el respeto a las identidades culturales, el Código Latinoamericano de Ética Profesional de la FELAP (1970) reconoce que el derecho a la verdad supone y exige que toda comunicación se ajuste a los principios de la veracidad y de la ecuanimidad, de tal manera que se evite toda

<sup>18</sup> Cfr. Revista *Signo y Pensamiento*, (16), Facultad de Comunicación Social, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, 1990.

<sup>19</sup> Además de las obras de ambos autores en años anteriores, entre las que se destacan, de Apel, *La transformación de la filosofía* (especialmente el capítulo sobre *El a priori de la comunidad de comunicación y los fundamentos de la ética*, primera edición en alemán en 1973), y de Habermas, *Conciencia moral y acción comunicativa* (primera ed. en alemán: 1983), cfr. una publicación posterior de Apel (1987), con introducción de Adela Cortina en la traducción al castellano: *Teoría de la verdad y ética del discurso*, Paidós-Universidad Autónoma de Barcelona, 1991. El

libro consta de dos ensayos de Apel: *Falibilismo, teoría consensual de la verdad y fundamentación última y La ética del discurso como ética de la responsabilidad: una transformación posmetafísica de la ética de Kant*.

<sup>20</sup> Cfr. *Declaración de la Unesco* (1978), en *Chasqui - Revista Latinoamericana de Comunicación*, (18), abril-junio de 1986, CIESPAL, Quito, p. 70.





forma de silenciamiento, falseamiento o tergiversación de los hechos<sup>21</sup>.

Asimismo, entre los Principios Internacionales de Ética Profesional proclamados en la IV Reunión Consultiva de las Organizaciones Internacionales y Regionales de Periodistas Activos celebrada en Praga y París en 1983 (con representación, entre otras, de la FELAP y de la UCLAP), se reconoce como «deber supremo» el de «servir la causa del derecho a una información verídica y auténtica mediante una dedicación honesta a la realidad objetiva» y «una exposición responsable de los hechos en su debido contexto, destacando sus vinculaciones esenciales y sin causar distorsiones» (cfr. Principios I y II). En conexión con este deber, se destaca luego, junto a la opción por los valores universales del humanismo, la paz, la democracia, los derechos humanos, el progreso social y la liberación nacional, el respeto por «el carácter distintivo, el valor y la dignidad de cada cultura» (cfr. Principio VIII)<sup>22</sup>.

Lo que en estos códigos éticos se refleja es precisamente un criterio que en el orden vigente de la información, opinión y expresiones públicas, tanto en el plano intranacional como en el internacional, está muy lejos de ser llevado a la práctica cotidiana. Esto no sólo ocurre en el campo del periodismo impreso o audiovisual, sino también en el de la

ficción dramatizada, en el de la publicidad y en otras formas de producción de mensajes a través de los medios de masas. El silenciamiento, la deformación de los datos, la discriminación y la falta de indagación o investigación que se reflejan en los «estereotipos» sobre las realidades sociales de unos pueblos, países y hasta continentes, la parcialización hacia determinados puntos de vista propios de una concepción etnocentrista de la cultura desde las metrópolis del pasado o del presente, son formas de perpetuación o de renovación de colonialismos que desfiguran la verdad informativa con respecto a las identidades culturales.

En este sentido considero oportuno aludir al concepto de «comunicación verdadera», definida por Manuel Martín Serrano como «aquella que utiliza datos de referencia objetivos, significativos y válidos», teniendo en cuenta que es la tercera de estas características las que le da sentido a la veracidad comunicacional: «Sólo cuando se ha establecido que una información objetiva y significativa también es válida, es decir, que los datos de referencia, además de confiables y explicativos son suficientes para servir a la praxis comunicativa, cabe hablar de comunicación verdadera»<sup>23</sup>.

## 2.2. La cuestión ética de la libertad y sus implicaciones comunicacionales

La segunda cuestión que considero pertinente plantear en la perspectiva de las identidades culturales es la pregunta por la posibilidad real de *autoexpresión* de las *personas* y de las *entidades sociales* como dimensión comunicacional de la ética, en la perspectiva de la *libertad* de información, opinión y comunicación.

<sup>21</sup> Cfr. *Código Latinoamericano de Ética Profesional*, FE-LAP (Federación Latinoamericana de Periodistas), Caracas, 24 de junio de 1979, en *Chasqui*, (18), abril-junio de 1986, Quito: CIESPAL, p. 73.

<sup>22</sup> Cfr. *Principios Internacionales de Ética Profesional*. *Chasqui*, (18), abril-junio 1986, Quito: CIESPAL, p. 71 s.

<sup>23</sup> MARTÍN SERRANO, M., *Análisis metódico de la verdad en comunicación*, En *Diálogos de la Comunicación*, Lima: FELAFACS. (20), abril 1988. p. 44.



La autonomía comunicacional de los grupos o comunidades culturales, desde sus propias identidades y en el marco de un respeto a la diferencia en términos de tolerancia de la diversidad, constituyen un ámbito referencial imprescindible de la libertad de expresión y opinión como categoría axiológica de la reflexión ética sobre la comunicación. Aquí asumo el concepto de *libertad en el sentido de la capacidad y posibilidad de autodeterminación responsable, física y socialmente situada, tanto de los individuos como de las colectividades humanas*.

El artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, promulgada en 1948 por la ONU, expresa el núcleo de la ética de la comunicación al proclamar que «todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión, derecho que incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir información y opiniones y el de difundirlas sin limitación de fronteras por cualquier medio de expresión».

Ahora bien, el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos (ONU, Ginebra, 1966) refrenda y precisa el sentido de este derecho, también en su artículo 19:

«Toda *persona* tiene derecho a la libertad de expresión; este derecho comprende la libertad de buscar, recibir, y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección». Nótese que no se emplea aquí el término «individuo», sino el de «persona», que jurídicamente bien puede referirse tanto a la persona individual como a la persona colectiva.

Por su parte, la Declaración de la Unesco (1978) anteriormente citada es explícita al afirmar en su artículo 1º que «el ejercicio de la libertad de opinión, de la libertad de expresión y de la libertad de información, reconocido como parte integrante de los derechos humanos y de las libertades fundamentales, constituye un factor esencial del fortalecimiento de la paz y de la comprensión internacional».

Pero es el Código Latinoamericano de Etica Profesional de la FELAP (1979), también ya mencionado, el que explicita mejor la libertad de expresión como un derecho no sólo del individuo, sino también de las colectividades, al señalar que el primero de los «deberes insoslayables del periodista» es el de «impulsar, consolidar y defender la libertad de expresión y el derecho a la información, entendido éste como el derecho que tienen los *pueblos* a informar y a ser informados».

Y, en este mismo sentido, la declaración de los «Principios Internacionales de Etica Profesional» (1983) de las organizaciones periodísticas mundiales y regionales, a la que también se ha hecho referencia, reconoce en su primer principio que «*el pueblo y los individuos* tienen el derecho (...) a expresarse libremente a través de diversos medios de cultura y comunicación».

Es, además, una afirmación comúnmente aceptada que las libertades de expresión y opinión —relacionadas a su vez con las libertades de pensamiento y de conciencia—, constituyen el fundamento y la condición de la democracia.

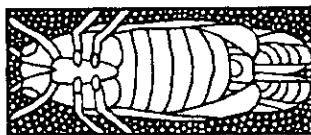
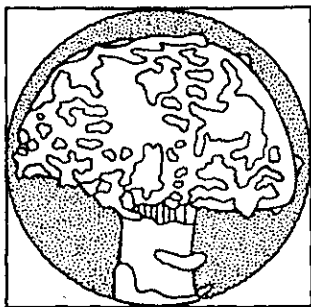
¿Qué implica todo esto en relación con las identidades culturales? Mi opinión al respecto es que la



categoría axiológica de la libertad de expresión, en el ámbito de la comunicación social, supone y exige el reconocimiento de la autonomía tanto de los individuos como de los grupos y comunidades culturales, para decidir la orientación de sus propias formas de vida, de organización sociopolítica y de desarrollo. Este concepto de autonomía incluye tanto la capacidad creativa como la capacidad de recreación (lo lúdico y todo lo relacionado con el derecho a la imaginación, al goce y a la diversión), abarcando así todas las formas de pensamiento, opiniones o expresiones científicas, artísticas y religiosas en las que dichas capacidades se manifiestan.

Sin embargo, todo esto está muy lejos de cumplirse en relación con nuestras identidades socioculturales. Antonio Pasqualí, uno de los intelectuales latinoamericanos más representativos de la propuesta de un *Nuevo Orden Mundial de la Comunicación y la Información* —propuesta lamentablemente archivada desde comienzos de los ochenta debido a los manejos de las grandes metrópolis detentoras del poder transnacional de la información—, publicó en 1987 un artículo en el que afirmaba lo siguiente:

«Todo el mundo sabe ahora que la información es poder, que el hemisferio norte acumula casi la totalidad de ese poder, y que la *segunda mitad* del artículo 19 de la Declaración Universal de los Dere-



chos del Hombre («...este derecho —a la libertad de expresión— incluye el de investigar y recibir informaciones y opiniones y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión»), es letra muerta en muchas partes. Y, sin embargo, en ese famoso Artículo 19,

refrendado y precisado en 1976 por el artículo paralelo del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, los desposeídos de la comunicación tienen no sólo una ratificación del carácter universal de la libertad de expresión, sino los fundamentos de un nuevo y necesario *derecho a comunicar* y de la *libertad universal de comunicar por cualquier medio de expresión* (...) ¿Dónde quedan la justicia distributiva y la libertad —igual para todos— de difundir opiniones (...) ? El clamor por un *free flow* (libre flujo o libre circulación de la información), tan cargado de instancias pluralistas, equilibradoras y democratizadoras cuando sube de los peñeros tercemundistas, apesta a defensa de privilegios político-mercantiles cuando baja del acorazado de las potencias centrales, de cuyas bodegas sale el ochenta y cinco por ciento de las inversiones publicitarias y el ochenta/nove por ciento de las tecnologías de comunicaciones y de los productos de las industrias culturales (...). Es así como el tercer mundo se deja vender el expansionismo comercial-ideológico de las potencias centrales de la comunicación como 'libertades' propias (...), y hasta colabora con el invasor comprándole artefactos para recibir más de sus mensajes en su idioma»<sup>24</sup>.

### 2.3. La cuestión ética de la justicia y sus implicaciones comunicacionales

Una tercera cuestión surge desde la perspectiva de las identidades culturales: la pregunta por la *participación* equitativa de todos los sectores de la sociedad civil en los procesos de construcción y desarrollo de la democracia, como dimensión comunicacional de la ética, en la perspectiva de la

<sup>24</sup> PASQUALI, Antonio. *Libertad de comunicar* (Artículo publicado originalmente en el diario *El Nacional de Caracas*, el 15 de noviembre de 1987). En *El orden reina-Escritos sobre comunicaciones*, recolección de textos del mismo autor, Caracas: Monte Avila Editores, 1991, pp. 199-203. Véase también, en la misma colección: *Libertad y equilibrio informativo, ¿son contradictorios?* (p. 125-135)

*justicia* y su relación específica con el *derecho a la comunicación*.

La cuestión acerca de la *participación* constituye precisamente el núcleo de una ética de la comunicación superadora de los reduccionismos de las morales profesionales tradicionales. Tanto las posturas individualistas como las gremialistas, con no poca frecuencia encierran el concepto de la ética dentro de los límites de una deontología que considera al público receptor únicamente como cliente o consumidor potencial al que hay que tratar bien para que su demanda se incremente en correlación con la oferta de mensajes-mercancía.

Tal concepción va en contra de una de las formulaciones kantianas del imperativo categórico de la razón práctica en la que se expresa la estrecha relación entre la autonomía de los sujetos (individuales y sociales) y la dignidad de la persona humana: «Actúa de tal manera que trates a la humanidad siempre como fin y nunca puramente como medio»<sup>25</sup>.

A esta formulación del imperativo categórico kantiano ha hecho referencia Pasquali al plantear la pregunta sobre la posibilidad de participación del receptor como «lo medular del problema ético de las comunicaciones»<sup>26</sup>.

Es conveniente al respecto precisar el contenido de la noción de «participación», enten-

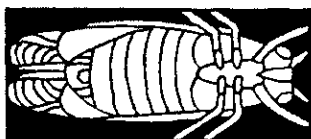
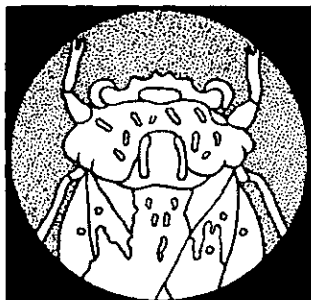
diéndola no solamente como «recibir parte» en determinados beneficios dentro del contexto de la denominada «justicia distributiva», sino en su sentido más completo: *tomar parte activa en las decisiones acerca de políticas, procesos y contenidos de comunicación que afectan la propia existencia y el propio desarrollo, tanto en el plano individual como en el colectivo-comunitario, en el ámbito de lo privado y en el de lo público.*

Ahora bien, como ya se ha insinuado, la pregunta por la participación se sitúa precisamente en el contexto de la cuestión sobre la *justicia*. Ya he definido anteriormente el quehacer de la ética como indagación de los principios que pueden dar sentido al discurso público sobre lo «justo». Paul Ricœur, como también he indicado anteriormente, al definir la «mirada ética» como «un apuntar a la 'vida buena' con y para el otro, enmarcada en *instituciones justas*», nos sugiere pistas importantes al respecto. En este sentido, *la dimensión del otro significa a su vez que la ética no puede quedarse en el plano de las relaciones interpersonales, sino que exige la creación y el desarrollo de instituciones que aseguren la realización de la justicia*. Esto supone no quedarnos en una idea de la justicia concebida abstractamente como «equidad» («igualdad de oportunidades»), sino asumir también en términos de posibilitamiento real del acceso de todos, y especialmente de los desposeídos y excluidos, a la participación activa en el discurso público acerca de todo cuanto les afecta como personas y como integrantes de comunidades culturales<sup>27</sup>.

<sup>25</sup> KANT, Emmanuel. *Cimentación para la metafísica de las costumbres* (1785), Buenos Aires: Aguilar, 1973, Cap. II, pp. 11-112.

<sup>26</sup> Cfr. PASQUALI, A. *Comprender la comunicación*, Caracas: Monte Avila, 1979, Capítulo IV. *Ética y comunicaciones*. Sección. 4.3

<sup>27</sup> A este respecto hay que revisar la noción de justicia planteada por John Rawls (*A Theory of Justice* -1971-). En la introducción que hace Victoria Camps a la versión castellana de un texto posterior de Rawls titulado *The Basic Liberties and Their Priority* (en *Tanner Lectures on Human Values* -1982-), la filósofa española cuestiona la concepción rawlsiana como «una teoría meramente procedimental» tachándola de «egoísta y cooperadora».



Por tanto, el desafío de una ética de la comunicación, en su sentido integral como ética social, implica que se tenga explícitamente en cuenta y se cumpla, en la realidad institucional de una auténtica democracia participativa, el artículo 28 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos (ONU, 1948): «Toda persona tiene derecho a que se establezca un orden social e internacional en el que los derechos y libertades proclamados en esta declaración se hagan plenamente efectivos».

En las actuales circunstancias de la realidad sociopolítica, la ética de la comunicación debe seguir siendo una instancia para pensar y proponer debates acerca de las posibilidades concretas de una real democratización de la comunicación, tanto en el ámbito de lo nacional como en el de las relaciones internacionales. Continuar relegando en el archivo del olvido las intenciones de una comunicación participativa que alentaron la frustrada propuesta del NOMIC (Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación)<sup>28</sup> sería renunciar a la pretensión de validez de una ética de la comunicación, no solamente en América Latina, sino en el mundo entero.

### 3. Las propuestas

A la luz de los planteamientos anteriores, indico las siguientes propuestas de investigación. Ellas podrían servir como pautas para el trabajo docente

en actividades académicas que, en la perspectiva de las identidades culturales, aborden interdisciplinariamente la relación entre ética y comunicación. Tales propuestas son:

– Establecer y desarrollar un arqueo documental —bibliográfico, hemerográfico y audiovisual—, que sirva para el levantamiento del «estado del arte» de la investigación y la reflexión sobre la relación entre ética de la comunicación e identidades culturales.

– Analizar con métodos e interrogantes innovadores la producción narrativa y otras formas de expresión artística masmediada, para identificar y evaluar los aportes allí existentes en relación con el análisis del ethos, los valores y los problemas de las culturas locales, nacionales y regionales, en sus aspectos etnológicos y sociales.

– Estudiar hermenéutica y críticamente las propuestas axiológicas subyacentes en las mediaciones narrativas populares —tanto orales como escritas— que han venido construyendo y expresando el sentido del ethos cultural y de las identidades sociales.

– Indagar en los contenidos de la producción de mensajes masmediados aquellos rasgos de la expresión de nuestra nacionalidad y de nuestras identidades culturales que ameritarían seguimientos investigativos para lograr una mejor comprensión de nuestros modos de imaginar, pensar y actuar, partiendo de los usos que de tales contenidos hace el público receptor, sus incidencias en la construcción de un imaginario valórico y su repercusión en los procesos sociales.

– Explorar, en términos de diagnóstico comunicacional, los campos de problemas relacionados con aquellos rasgos con los que suelen identificarse nuestras realidades culturales en la información y en la opinión, tanto en ámbitos nacionales como internacionales.

Cfr. RAWLS, J. *Sobre las libertades* (Introducción de V. Camps), Paidós: Barcelona, 1990. Es interesante confrontar estos planteamientos con los del filósofo mexicano Leopoldo Zea en torno al significado del concepto de «derechos humanos» en relación con la idea de «igualdad», desde la experiencia histórica y presente de América Latina (cfr. ZEZ, L. *Latinoamérica: un nuevo humanismo*, publicación del Instituto de Estudios para el Desarrollo y la Integración de América Latina, Editorial Bolivariana Internacional, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Tunja 1982, Capítulo IV: *La filosofía y los derechos humanos*).

<sup>28</sup> Cfr. MacBRIDE, Sean et al., *Un sólo mundo, voces múltiples*, Informe de la Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de la Comunicación. París: Unesco, 1980.