



Prof. José Luis Olivari Reyes

Ética, impacto y responsabilidad

2003 - Reservados todos los derechos

Permitido el uso sin fines comerciales

Prof. José Luis Olivari Reyes

Ética, impacto y responsabilidad

Exposición presentada en el Foro Internacional Ética y Comunicación, realizado en Santa Cruz de la Sierra Octubre de 2001

“Busquen primero el reino de lo económico, y todo lo demás les será dado por añadidura” La cita aparecida en el interesante artículo de Bernard Ginisty del último número de *Le Monde Diplomatique* (edición chilena) sirve para definir el abisal marco ético que envuelve al planeta, y por ende constituye el motor que ha impulsado injusticia y desigualdad en casi las tres cuartas partes del globo que habitamos.

¿Cómo puede definirse una ética desde los medios, considerando la premisa anterior, ya convertida en dogma hoy en día? ¿De qué manera se puede ejercer una información libre y responsable, frente a la dignidad y respeto de la persona humana?

Es indudable que los medios de comunicación no están ajenos a los poderes del control fáctico, real, visible o invisible que tiene el color del dinero, la pasión exacerbada de la fe, o la diversidad de pieles étnico nacionalistas.

La reflexión que se ofrece en este trabajo tiene como trasfondo la búsqueda de un sentido en la comunicación humana trastocada por el nuevo orden mundial que se inicia con este nuevo siglo. Un sentido que solo es posible desde una construcción humana en alianza con el otro, desde nuestra esencia de seres desposeídos, y no de poseedores de bienes.

Como alguien dijo, los harapientos del mundo hacen oír su clamor. Son los despojados de la Tierra, evidencias incuestionables de los despropósitos cometidos por nuestra denominada humanidad moderna. Las últimas tragedias acontecidas nos muestran un atentado construido de manera mediática tanto en la frialdad de su ejecución como en los preparativos. ¿Y que exhiben los medios? Imágenes de la destrucción alternadas con la de un personaje de rostro patriarcal, afable y armado, junto a seres famélicos e iracundos de la

pobreza del Asia Central. Así, el camarógrafo se transforma en el primer “intérprete” de la realidad que aún no terminamos de comprender. Y cuando los medios no pueden informar, narrativizan los hechos, relatándonos escenas con un alto impacto emocional. Pareciera que todos los clisés cinematográficos de la industria norteamericana están puestos en práctica sin necesidad de aditamentos ni maquillajes espectacularizados.

La conclusión que podemos establecer es la siguiente, desde la cultura de los medios se recrea un tópico y un lugar común que puede resumirse así: el flujo televisivo encuentra todos los elementos para construir su relato en vivo y en directo. Tiene desde ya, asegurado todos los íconos reconocibles y su consabido impacto emocional. (Nueva York y el World Trade Center, la Casa Blanca y el Pentágono, Osama Bin Laden y las montañas de Afganistán). Solo resta la oportunidad y el rating.

En los hechos presentados en la televisión estadounidense la fatídica mañana de Septiembre en Nueva York, podemos advertir un transcurso entre los dos impactos de aproximadamente 18 minutos, tiempo más que suficiente para que la televisión se haga presente y comience a construir la noticia. El ataque ha generado el espacio de espera para que la televisión sea *oportuna*, de manera que el choque de la segunda aeronave tenga asegurada su cobertura y eleve la audiencia a escala planetaria. Lo que hace pensar que, las lógicas mediáticas impuestas por la videopolítica funcionan en el reino neoliberal.

Pruebas al canto, el Presidente de los EE.UU, encarnación visible de la imagen mítica de la nación más poderosa e invulnerable de la Tierra, debe reaccionar con firmeza frente a las cámaras para una vez más, encarnar la identificación de Norteamérica con el mundo civilizado, y la consiguiente alineación de todos los países que quieren participar de los beneficios del desarrollo del capital. Ha llegado la hora de la verdad.

Vemos que la construcción mediática se subordina a la lógica del mercado, que impone la sobrevivencia del mejor. Es el mundo desarrollado -el mejor- el que está en peligro frente a los que no están mejor, léase los desiguales. Lo que nos indica que detrás de toda la construcción de mundo que los medios presentan, hay otra construcción que puede

resumirse en términos éticos en la cínica afirmación contemporánea: tenemos que acostumbrarnos a vivir con la desigualdad.

Nuestra pobreza de experiencia ética, sobre todo en el campo de las comunicaciones mediadas, se ha enfocado más en lo correcto a hacer, que en lo que es bueno ser y por tanto la ética de nuestras conductas actúa en la medida que nos valorizamos como individuos a expensas del Otro, asistiendo a una descripción desdramatizada del mundo impulsada por el pensamiento único neoliberal y su consecuente no adhesión a un compromiso crítico con las profundas desigualdades e injusticias que viven nuestros pueblos. El drama comienza cuando amenazada la seguridad de un orden construido dentro de la ciudad, hoy esta se amuralla como en el medioevo. La globalización de la información y el conocimiento nunca han vivido un momento tan tenso como ahora, puesto que la violencia de la que somos testigos se ha desprovisto de todo significado ideológico en términos de la modernidad occidental, donde un agresor fanático que desprecia la muerte se enfrenta a sociedades de consumo digitalizadas que, han excluido, precisamente, la muerte de su horizonte de sentido.

La brecha que se ha abierto con los últimos acontecimientos, remite a una mundialización inconclusa, hasta hoy concebida como la universalización de un modo de vida promovido por los spots publicitarios. El mundo es colonizado por los rutilantes mensajes de la televisión norteamericana, a través de los cuales se configura un *sentido común* que ingenuamente hemos hecho extensivo a toda la humanidad. Y en particular a los latinoamericanos quienes vivimos en un proyecto aún no agotado de la modernidad, (o en su versión de hibridismo postmoderno) donde queda descartada cualquier valoración que aspire a un máximo de principios para una ética mas allá de lo cotidiano y la incertidumbre de nuestras vidas.

Siguiendo el razonamiento anterior, una segunda interrogante que nos asalta es ¿Cómo puede entenderse una ética desde los que producen la información, sin una ética de los que la consumen? Las retóricas que las audiencias aceptan como verosímiles se ajustan a criterios netamente metonímicos, sin una comprensión de la globalidad y profundidad

explicativa de los acontecimientos que se viven. En el contexto comunicacional y periodístico del audiovisual aún no tenemos un discurso plausible y analítico de lo que sucedió en el mundo hace algunas semanas. El cómo y el qué de lo que ocurrió en Nueva York, (aunque de manera parcelada) se nos ha mostrado hasta la saciedad y mistificación del ideal americano (God Blessed América) Por tanto quienes estamos ante las pantallas de TV, no solo estamos expuestos a sus mensajes. Tal como lo señala Ford en su trabajo sobre las coartadas del New Order, las relaciones entre ciudadanía y comunicación son mucho más complejas, donde los medios son solo una parte de la visión y posición ética que la gente se forma frente a los problemas y el acontecer cotidiano. Otras formas como la comunicación cara a cara o las institucionales gravitan en buena medida en opinión pública. Ahora, es indudable que vivimos una caída en la lectura de la información internacional, como asimismo de la nacional, donde se privilegia una “ciudadaneidad”, al decir de Veron, que filtra los hechos desde un sentido común local.

Otra historia es la censura, que por lo demás no constituye ninguna novedad, ejercida tanto en los medios por el poder, como en la conciencia de cada consumidor, cuando este elude la información macro encerrándose en lo local o en lo micro. Estamos ante una cuestión de toma de decisiones por parte de la ciudadanía (a construir en América Latina) Pero para ello se hace necesario ampliar nuestros conocimientos en el cómo percibimos una conexión-bisagra de un mundo en acción encarnada de nuestro micro mundos locales latinoamericanos con las complicaciones de pasar a una sociedad, como queramos llamarla, en una Aldea Global que aún no termina de constituirse en armonía y justicia.

Virtudes éticas como la extensión, la atención y el conocimiento inteligente ejercidas en la formación temprana de generaciones de audiencia, sin descuidar las posibilidades de realizar un trabajo de Educación para la Resignificación o Construcción de Criterios Inteligentes con las actuales audiencia por parte de nuestros educadores latinoamericanos es un reto a asumir. Las cartas están sobre la mesa.

Santiago 4 de Octubre de 2001

Referencias bibliográficas

GINISTY, BERNARD (2001) Ante el riesgo de los ídolos. Publicado en “Le Monde Diplomatique”. Santiago de Chile. Edición chilena.

CUADRA , ALVARO (2001) Imágenes de un atentado mediático. Capítulo inédito de libro en preparación. Santiago de Chile.

FORD, ANIBAL (1994) Los medios, las coartadas del New Order y la casuística, en Navegaciones. Buenos Aires, Amorrortu.

MONTERO, CECILIA (1997) Para una ética del desarrollo. Publicado en “La Época”. Santiago de Chile.

OLIVARI, JOSE LUIS (2001) Acerca de lo ético en la cultura digital. (Artículo inédito) En “Arandú”N° 46 (por publicarse) Quito. OCLACC.

VARELA, FRANCISCO (1996) Ética y acción. Santiago de Chile, Dolmen.

Facilitado por la Universidad de Chile

Súmese como voluntario o donante , para promover el crecimiento y la difusión de la Biblioteca Virtual Universal.

Si se advierte algún tipo de error, o desea realizar alguna sugerencia le solicitamos visite el siguiente enlace.



editorial del cardo