

## UNA ÉTICA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN TIEMPOS DE PANDEMIA

### AN ETHICS OF THE MASS MEDIA IN PANDEMIC TIMES

Raúl Francisco Sebastián Solanes  
*Universidad de Valencia*  
*Real Colegio de España en Bolonia*

**Resumen:** *En el presente artículo analizaremos la importancia de los medios de comunicación en una situación de pandemia y denunciaremos los malos usos o servidumbres que pueden llegar a hacer, dañando nuestras modernas democracias. Abogaremos por unos medios de comunicación éticos que defiendan la verdad de los hechos y no se inclinen bajo intereses políticos y económicos particulares.*

**Palabras clave:** *Ética de los medios de comunicación, Karl R. Popper, COVID-19, pandemia.*

**Abstract:** *In this article we will analyze the importance of the mass media in a pandemic situation, and we will denounce the misuses or servitudes that can damage our modern democracies. We will advocate for ethical media that defend the truth of the facts and do not lean towards particular political and economic interests.*

**Keywords:** *Mass media ethics, Karl R. Popper, COVID-19, Pandemic.*

#### INTRODUCCIÓN

“La Prensa, tan habladora en el asunto de las ratas, no decía nada. Porque las ratas mueren en las calles y los hombres en sus cuartos y los periódicos solo se ocupan de las calles”<sup>1</sup>. Con esta cita de la novela *La Peste* de Albert

<sup>1</sup> A. CAMUS, *La Peste*, Madrid, Taurus, 1957, p. 32.

Camus, empezamos nuestra presente investigación sobre el poder y función de los medios de comunicación en los difíciles momentos que nos toca vivir a consecuencia de la pandemia de la COVID-19.

En los últimos meses hemos vivido situaciones dramáticas a consecuencia de la pandemia que ha dejado muerte y destrucción a su paso. En pleno siglo XXI, en una sociedad global y tecnologizada, la pandemia de la COVID-19 ha demostrado la fragilidad de una humanidad que, pese a los muchos medios tecnológicos, no ha podido evitar su expansión y funestos resultados. A este drama debemos sumar la cantidad de informaciones falsas, fraudulentas y manipuladas que nos han llegado de los múltiples medios de comunicación en este mundo hipercomunicado. La expresión inglesa *fake news* se ha convertido en habitual en nuestra vida diaria. En muchas ocasiones nos han llegado noticias erróneas sobre el origen de la COVID-19, sobre posibles remedios para paliarla y sobre sus consecuencias. A ello se añade la reacción inicial de muchos medios de comunicación que restaban importancia a su impacto y letalidad en humanos y que se burlaban de forma cínica de dicha letalidad, creando la falsa esperanza de que la COVID-19 era una suerte de gripe o de resfriado que no podía causar mayores estragos y mucho menos la muerte. Lamentablemente las evidencias y el elevado número de muertes ocasionadas por esta nueva enfermedad prueban lo equivocados que estaban y lo dañinos que pueden resultar ciertos medios de comunicación por estos comentarios irresponsables.

En la actualidad, la prensa se desarrolla con fuerza como el segundo elemento constitutivo del marco del tráfico capitalista<sup>2</sup>. Parece que el tráfico de noticias no solo se desarrolla en relación de las necesidades del tráfico mercantil, sino que las noticias mismas se convierten en mercancías. La propia información periodística obedece a las mismas leyes de mercado a las que debe su existencia desde que emerge la prensa en la sociedad burguesa<sup>3</sup>.

Sin duda, el ser humano quiere escuchar buenas noticias y se aferra a cualquier esperanza que oculte la dramática realidad. Esto mismo lo afirma Albert Camus en la citada novela: "La estupidez insiste siempre; uno se daría cuenta de ello si no pensara en sí mismo. Nuestros conciudadanos, a este respecto, eran como todo el mundo, pensaban en ellos mismos; dicho de otro modo, eran humanistas: No creían en las plagas. La plaga no está hecha a la medida del hombre, por lo tanto, el hombre se dice que la plaga es irreal, es un mal sueño que tiene que pasar"<sup>4</sup>.

En el presente artículo analizaremos la importancia de los medios de comunicación en una situación como la que estamos viviendo por la pandemia y denunciaremos los malos usos o servidumbres en que pueden llegar a caer. Lo

---

<sup>2</sup> J. HABERMAS, *Historia y crítica de la opinión pública*, Barcelona, Gustavo Gili, 2009, p. 58.

<sup>3</sup> *Ibid.*, p. 59.

<sup>4</sup> A. CAMUS, *op. cit.*, pp. 33-34.

importante será abogar por una ética de los medios de comunicación que, en un supuesto contexto global de una era de la posverdad, defiendan la verdad de los hechos, por dura que parezca, y apoyar el servicio de estos a la ciudadanía y no a los intereses de los diversos gobiernos, a la hora de acercarnos la verdad de lo que ocurre. Solo así preservaremos la libertad individual de los ciudadanos ligada a la privacidad que es, como afirmaba Benjamín Constant, la gran conquista del mundo moderno, donde “el peligro de la libertad moderna consiste en que, absorbidos por el disfrute de nuestra independencia privada y por la búsqueda de nuestros intereses particulares, renunciemos con demasiada facilidad a nuestro derecho de participación en el poder político”<sup>5</sup>.

### 1. LA TELEVISIÓN ¿MALA MAESTRA?

Con el título *La televisión es mala maestra*<sup>6</sup> se publicó en los años noventa del pasado siglo XX una colección de artículos que intentaban poner, en clave de reflexión filosófica, los múltiples problemas que ya empezaban a vislumbrarse sobre la televisión y el poder corruptor de los medios de comunicación de masas. Nunca como ahora hemos estado más “hipercomunicados” entre nosotros y, sin embargo, nunca antes hemos sido tan individualistas para afrontar las situaciones difíciles como durante la pandemia de la COVID-19. En cierta ocasión Charles P. Snow señaló que existe una trampa moral tras la visión de la soledad del hombre: le tienta a uno desentenderse de todo, complacido en su tragedia personal única, y deja que los demás pasen sin comer<sup>7</sup>. En el contexto actual, el *homo sapiens* ha pasado de ser el pretendido *homo faber* marxista a lo que podíamos denominar *homo videns* y también *homo mediaticus*, gran consumidor de los medios de comunicación –televisión o medios digitales–, que fácilmente puede consultar con su móvil, compañero inseparable del ser humano en cualquier parte del mundo.

Uno de los artículos que acompañan el referido libro es de la autoría de Karl R. Popper. Es el último artículo que el filósofo austriaco dictó en los albores de su muerte. Su mala salud hizo que Popper, con la ayuda de su secretario, dictara en unas grabaciones este importantísimo texto, a modo de legado filosófico, que hoy tiene una gran actualidad y vigencia<sup>8</sup>. Popper titula su escrito “Una patente para producir televisión”. En el texto se hace eco de cómo la televisión se ha vuelto compañera inseparable de la humanidad, que pasa muchas horas de su tiempo libre frente al televisor. No obstante, el análisis de Popper en principio no es negativo, pues mantiene su optimismo

<sup>5</sup> B. CONSTANT, “De la libertad de los antiguos comparada con la de los modernos”, en B. CONSTANT, *Escritos políticos*, Madrid, C.E.P.C., 1989, pp. 282-283.

<sup>6</sup> K. R. POPPER et al., *La televisión es mala maestra*, Madrid, F.C.E., 2000.

<sup>7</sup> Cf. C. P. SNOW, *Las dos culturas y un segundo enfoque*, Madrid, Alianza Editorial, 1977, p. 17.

<sup>8</sup> Cf. G. BOSETTI, “Popper, el papa y la televisión”, en K. R. POPPER (et al.), *La televisión es mala maestra*, p. 7.

tanto respecto a la capacidad humana de distinguir entre el bien y el mal como respecto al potencial de la televisión para constituirse en una poderosa fuerza para el bien y no solo en una mala influencia para la humanidad<sup>9</sup>.

El problema para convertir la televisión, junto a los demás medios de comunicación de masas, en una fuerza cultural para el bien de la humanidad es que es una empresa terriblemente difícil. La dificultad de fondo estriba en que atrae más el material sensacionalista y de mala calidad que un material cultural de alto nivel<sup>10</sup>. El hombre contemporáneo, que constituiría el embrión de lo que Ortega y Gasset vino a denominar “hombre masa”, se caracteriza por la urgencia del presente, no por los cálculos de futuro. Su actuación busca una vía de escape del conflicto. El hombre masa –afirma Ortega– es el hombre cuya vida carece de proyecto y va a la deriva<sup>11</sup>. La televisión ofrece ese escape inmediato del conflicto y de las dificultades diarias para el hombre contemporáneo, cortoplacista, al que no le preocupan en demasía los proyectos de futuro. Este conformismo a corto plazo olvida que los principales avances, tanto morales como técnicos, de una sociedad se han debido principalmente a hombres solitarios cuyos pensamientos y emociones no estaban subordinados al rebaño<sup>12</sup>.

La televisión, según Popper, vendría a ser un arma de doble filo. Por un lado, tendría un importante papel positivo que contribuiría a la educación de los ciudadanos desde niños. La ética se puede enseñar a los niños ofreciéndoles un ambiente atractivo y bueno y dándoles buenos ejemplos<sup>13</sup>. Por otro lado, podría ejercer un papel negativo cuando se pone al servicio de los intereses políticos o económicos, obviando su función al servicio de la verdad. Por aprender y enseñar, Popper entiende influir positivamente en el ambiente, de tal modo que las personas puedan prepararse para sus futuras tareas tales como ser buenos ciudadanos, ganar dinero y ser buenos padres y madres<sup>14</sup>. Pero el otro lado negativo de la televisión radica en que las emisoras de televisión están en continua competencia. Concretamente compiten por ganarse telespectadores, aumentar sus audiencias y no por fomentar el necesario y positivo fin educativo para las sociedades<sup>15</sup>. Este lado negativo de la televisión, que también podemos apreciar en los actuales medios de comunicación de masas, tiene un matiz de tinte político. Dicho aspecto puede convertirse en un importante peligro para la democracia. Popper entiende que la democracia debe consistir en poner bajo control el poder político, como su característica

<sup>9</sup> Cf. K. R. POPPER, “Una patente para producir televisión”, K. R. POPPER (et al), *La televisión es mala maestra*, p. 42.

<sup>10</sup> Cf. *Ibid.*, p. 43.

<sup>11</sup> Cf. J. ORTEGA Y GASSET, *La rebelión de las masas*, Madrid, Austral, 2005, p. 107.

<sup>12</sup> Cf. B. RUSSELL, *Autoridad e individuo*, México, F.C.E, 1973, p. 112.

<sup>13</sup> Cf. K. R. POPPER, “Una patente para producir televisión”, p. 44.

<sup>14</sup> Cf. *Ibid.*, p. 49.

<sup>15</sup> Cf. *Ibid.*, p. 43.

más esencial. En una democracia fuerte y madura, que evidencia una robustez y buena salud, no debe haber ningún poder político descontrolado<sup>16</sup>.

En la actual situación, propiciada por la pandemia de la COVID-19, hemos podido apreciar como muchos medios de comunicación se ponían del lado del gobierno de turno para blanquear su gestión; más aún, intentaban, en los primeros días, dar una sensación de normalidad y tranquilidad que no era acorde con la gravedad del asunto. En muchos programas televisivos españoles se mofaban de la COVID-19 con burlas y menosprecios y no se daba crédito a lo peligroso del asunto. Este comportamiento irresponsable de algunos medios de comunicación evidencia no solo el poder de influencia que ejercen en la ciudadanía, sino el modo imprudente, irracional e interesado con el que actúan para ganar audiencias, pase lo que pase, con nefastas consecuencias para las personas.

A ello cabe añadir la falta de crítica de algunos medios, que daban por buena la información de los gobernantes –pensemos en el caso de España– que en los primeros días no aconsejaban el uso de mascarilla, o simplemente daban la información de que en nuestro país tendríamos solo algún caso marginal de contagio. La evidencia puso de manifiesto lo equivocados que estaban en estas y otras opiniones nuestros representantes, pero también mostró la falta de una crítica por parte de los medios de comunicación y de sus profesionales a la hora de poner en cuestión dicha opinión gubernamental a la luz de la situación que en ese momento pasaban otros países. Peor aún, los medios apoyaron que no se les exigiera responsabilidades por sus decisiones equivocadas, que han causado tanto dolor y pérdidas humanas por la falta de contundencia en su actuación. Siguiendo la opinión de Popper, en ninguna democracia debe haber un poder descontrolado y los medios de comunicación deben de ser el principal soporte crítico que denuncie los abusos o irresponsabilidades del poder político, pero en ninguna circunstancia los medios de comunicación deberán ponerse al servicio del poder político para blanquear o excusar las responsabilidades por sus malas decisiones. En el caso de la pandemia de la COVID-19, la consecuencia principal ha sido la alta mortalidad ocasionada por la rápida expansión del virus, sin olvidar las consecuencias negativas para la economía del país. Esto evidencia la imperiosa necesidad de poner bajo control el poder político. Es, sin duda, el fundamento esencial de toda democracia. A este respecto, los medios de comunicación deberán ser los principales agentes que sirvan de guardianes de este fundamento, siempre al servicio de la verdad y de su libre transmisión a la ciudadanía, sin coacciones.

El segundo aspecto que Popper destaca en el referido texto que nos sirve de hilo conductor es que la televisión se ha convertido en un poder político colosal, e incluso se podría decir que es el poder más importante de todos, como si fuese Dios mismo el que hablara. Esto traerá como consecuencia que

<sup>16</sup> Cf. *Ibíd*, p. 54.

ninguna democracia pueda sobrevivir si no se pone fin al abuso de este poder<sup>17</sup>. Una democracia no puede mantenerse sin reconducir el poder de los medios de comunicación, si no hay un compromiso ético responsable que haga que estos medios trabajen al servicio de la verdad, al servicio de la ciudadanía, denunciando los abusos, las irresponsabilidades y las malas decisiones que puedan cometer los respectivos gobiernos, con mayor motivo si están en juego vidas humanas. Los profesionales de la televisión y de los medios de comunicación deberán mantenerse fieles a esta responsabilidad, obrando en consecuencia, deberán saber cuáles son las cosas que se han de evitar y cómo impedir que su actividad tenga consecuencias antieducativas y perniciosas para la democracia<sup>18</sup>. Solo así podremos decir que la televisión y los medios de comunicación de masas no son malos maestros y sí herramientas útiles que consolidan la democracia, como uno de los grandes logros conquistados por y para la humanidad. Como ha señalado Adela Cortina, para construir esta democracia auténtica deberemos recuperar las raíces éticas<sup>19</sup>, lo que se aplica en este caso a los profesionales de los medios de comunicación, al periodismo y a la esfera pública. Una ética de las profesiones es otro gran reto del siglo XXI.

## 2. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ¿UN PELIGRO PARA LA DEMOCRACIA?

En el apartado anterior, siguiendo la tesis de Popper, llegábamos a la conclusión de que la democracia corre un grave peligro si dejamos que los medios de comunicación tengan un poder absoluto y se pongan al servicio de los gobiernos de turno. La democracia no podrá sobrevivir si no existe un compromiso ético por parte de los profesionales de la comunicación, que deben estar siempre al servicio de la verdad. Sin este, para esa visión de la libertad individual ligada a una especial valoración de la vida privada frente a la pública, aquella está en grave peligro. Esta provacidad es uno de los elementos característicos de la vida y libertad de los modernos, tal y como defendía Benjamín Constant, pues la vida privada, formada por relaciones tan gratificantes como la familia y la amistad, resulta ser sumamente atractiva<sup>20</sup>.

Durante los dramáticos acontecimientos de la pandemia de la COVID-19, que todavía aflige a la humanidad a nivel global, hemos comprobado que este problema se acrecienta. Ya no es solamente la televisión la que ejerce ese enorme poder e influencia en los ciudadanos televidentes, sino también otros medios de comunicación, capitaneados por Internet y sus plataformas, capaces de llegar a todas las partes del mundo y manipular, en el peor de los casos, la conciencia. Pero esta variedad constituye también el pluralismo informativo,

<sup>17</sup> Cf. *Ibid.* p. 55.

<sup>18</sup> Cf. *Ibid.*, p. 54.

<sup>19</sup> Cf. A. CORTINA, *¿Para qué sirve realmente...? La Ética*, Barcelona, Paidós, 2014, p. 144.

<sup>20</sup> Cf. *Ibid.*, p. 147.

que es uno de los valores básicos reconocidos por nuestra Constitución. Dicho pluralismo debe dar una información veraz y objetiva de la realidad, incluyendo la diversidad política y social, sin tomar partido por ninguna línea ideológica o política concreta en detrimento de las demás<sup>21</sup>.

La veracidad es fundamental en los medios de comunicación y en otros ámbitos de nuestras vidas, pues hablar es comprometerse, y ello nos obliga a cumplir las promesas generando confianza en la ciudadanía, que en caso contrario se siente estafada<sup>22</sup>. No es de extrañar que M. Fabio Quintiliano incidiera en sus *Instituciones oratorias*, refiriéndose al buen orador, “que es arte de bien hablar (...); se ha de confesar que ella contribuye para que el orador sea hombre bueno”<sup>23</sup>. En nuestros tiempos el orador ha sido sustituido por el periodista, que trasmite una información en un contexto de pluralismo informativo y que tiene la responsabilidad de contar la verdad y demostrar su compromiso ético con la veracidad y la sociedad a la que quiere informar.

La información mediática está sometida a una serie de tiranías inevitables que deben ser conocidas<sup>24</sup>. Así se evitaría que su poder manipulador desvirtuase la verdad al ponerse al servicio de intereses particulares (políticos, económicos...) y no de la ciudadanía. Esta tiranía silenciosa tiende a convertir los medios de comunicación en vehículo para la propaganda. Ello adultera el fin primigenio de dichos medios, que es el de crear una opinión pública, mediante la información a la ciudadanía, para preservar las libertades. La opinión pública debe trascender siempre lo publicado o cualquier interés particular<sup>25</sup>. Generar una opinión pública madura y responsable debe ser uno de los bienes internos propios de la práctica mediática, necesario para conseguir una sociedad pluralista y democrática<sup>26</sup>. De ello se sigue la importancia de vencer el poder corruptor que pueden ejercer las instituciones en una práctica (en este caso la de generar opinión pública desde los medios de comunicación). Alasdair MacIntyre entiende que esta corrupción de una práctica se produce cuando, en lugar de perseguir los bienes internos, perseguimos los bienes externos, de ahí la función esencial de las virtudes como la veracidad, la justicia o el valor, sin las cuales toda práctica sucumbiría al poder corruptor de las

<sup>21</sup> Cf. V. CAMPS, “Opinión pública, libertad de expresión y derecho a la información”, en J. CONILL & V. GONZÁLVIZ, (Coord.), *Ética de los medios: Una apuesta por la ciudadanía audiovisual*, Barcelona, Gedisa, 2004, p. 39.

<sup>22</sup> Cf. A. CORTINA, *Ética cosmopolita: Una apuesta por la cordura en tiempos de pandemia*, Barcelona, Paidós, 2021, p. 120.

<sup>23</sup> Cf. M. F. QUINTILIANO, *Instituciones oratorias*, Madrid, Librería de la Viuda de Hernando, 1887, p. 119.

<sup>24</sup> Cf. V. Camps, *op. cit.*, p. 42.

<sup>25</sup> Cf. *Ibid.*, p. 45.

<sup>26</sup> A. CORTINA, “Ciudadanía activa en una sociedad mediática”, en J. CONILL & V. GONZÁLVIZ, (Coord.), *Ética de los medios: Una apuesta por la ciudadanía audiovisual*, p. 20.



instituciones<sup>27</sup>. La política, como la economía y la organización social, debe pertenecer al dominio de los medios y no al de los fines<sup>28</sup>. El problema es cuando olvidamos que el fin son las personas, y los medios políticos, económicos y sociales se convierten en fines absolutos y pierden su verdadera función de estar al servicio de esas personas. El problema, de nuevo, viene cuando, ávida por captar la mayor audiencia, la política televisada se convierte en política espectáculo, *politics for show*, y los políticos, conscientes de la influencia de los medios de comunicación, transmiten sus consignas políticas para que el público las sienta y las vea y no las piense y procese<sup>29</sup>.

Es en este punto cuando los medios de comunicación pueden convertirse en un peligro para la ciudadanía y la democracia, cuando solo les mueve el mayor beneficio económico al atraer audiencias y poner su saber al servicio de la élite política para captar el voto de los ciudadanos o, en el peor de los casos, para blanquear la mala gestión de un gobierno. Tiene razón Victoria Camps al afirmar que “la sociedad de la información debería servir a la auténtica sociedad del conocimiento. El derecho a la información solo se sustenta si esa información ha de servirle al ciudadano para la producción de conocimiento”<sup>30</sup>:

### 3. DE LA VERDAD A LA POSVERDAD: ¿ESPEJISMO O REALIDAD?

Según Bertrand Russell, lo que tradicionalmente denominamos “Estado” no es más que una abstracción, que no siente ni placer ni dolor, no tiene esperanzas ni temores, y lo que consideramos los “propósitos del Estado” no son, en realidad, sino el propósito de quienes lo dirigen<sup>31</sup>. Esto evidencia que, si las intenciones y propósitos de nuestros gobernantes, es decir, de aquellos que están al frente del Estado democrático, son ambiguas y no distinguen entre la verdad y la falsedad de la información, pueden acarrear un gran daño a la ciudadanía. La prensa libre deberá construir un discurso veraz para evitar estos abusos del poder estatal establecido en un contexto global y globalizado.

Un problema sobreañadido a la actual situación es el denominado fenómeno de la posverdad. Muchos se empeñan en hacernos creer que nos encontramos en una época donde la verdad ha desaparecido, en la que ya no hay verdad ni falsedad, en donde cada cual puede creer su verdad. Decía Platón que el discurso verdadero lo es en su totalidad y en sus partes, y que la parte de un discurso falso es una falsedad<sup>32</sup>. Aristóteles dirá que el que dice que algo es o que no es, dirá verdad o mentira<sup>33</sup>. Lo que resulta evidente es que

<sup>27</sup> Cf. A. MACINTYRE, *Tras la virtud*, Barcelona, Critica, 2001, p. 241.

<sup>28</sup> Cf. B. RUSSELL, *op. cit.*, p. 115.

<sup>29</sup> Cf. V. CAMPS, *op. cit.*, p. 47.

<sup>30</sup> *Ibid.*, p. 48.

<sup>31</sup> Cf. B. RUSSELL, *op. cit.*, p. 115.

<sup>32</sup> Cf. PLATÓN, *Crat.*, 385b.

<sup>33</sup> Cf. ARISTOTELES, *Met.*, IV, 6, 1011b, 26.



siempre habrá un discurso verdadero y otro falso, es decir, verdad o mentira, pero nunca un más allá de la verdad. La verdad, en un supuesto contexto de posverdad, parece que quiera ser rebasada, superada y neutralizada<sup>34</sup>.

El término posverdad expresa una toma de postura de radiante actualidad en sus más profundos aspectos del ámbito científico, cultural, social, personal y político. Como señala Juan Antonio Nicolás, esta noción se liga a la de verdad y expresa que en algún sentido la verdad ha quedado atrás, ha sido superada y cancelada<sup>35</sup>. Posverdad es más bien una noción de carácter filosófico que expresa un rasgo característico que incluye una valoración de la noción clásica o convencional de la verdad: que la verdad, en cuanto uno de los valores rectores de la acción racional, ha quedado obsoleta<sup>36</sup>. Un aspecto palpable de este contexto de posverdad lo apreciamos en el uso de noticias falsas (*fake news*) que, durante todo el período de confinamiento e incluso más allá, iban apareciendo, mezclando verdad con mentira. Esto supuso un verdadero problema para los periodistas de investigación, profesionales de la información encargados de transmitir información que deben mantener un punto de vista ético al transmitir una información veraz y justa<sup>37</sup>. La aparición de las *fake news* no solo supone un ataque internacional contra el periodismo, sino también un ataque contra el derecho de la gente a saber, contra los valores democráticos más fundamentales y contra la misma verdad. Por ello Sulzberger –como lo hiciera Popper respecto a la televisión– señala que lo que está en juego es la verdad y, con ella, las sociedades democráticas<sup>38</sup>. La normalización de la posverdad, aceptando los bulos o *fake news* como un rasgo más de nuestra vida social y política, tendrá una nefasta consecuencia para nuestras sociedades democráticas, pues pondrá fin a la vida democrática, de modo que no nos quedará ni siquiera la palabra<sup>39</sup>. En efecto, a quién le importaría decir la verdad cuando queda demostrado que lo más importante en pleno siglo XXI es ser creído. El gran triunfo de las *fake news* no está en creer esas mentiras convertidas en verdades, sino en la docilidad con la que nos hemos adaptado a ellas<sup>40</sup>.

La posverdad tiene una dimensión política importante: mediante la difusión masiva de noticias distorsionadas se puede influir en el resultado de unas elecciones políticas<sup>41</sup>. Otro aspecto de la posverdad vinculado a su dimensión política está en el blanqueo de la gestión de los gobiernos al afrontar una crisis como la actual pandemia de la COVID-19. La posverdad se erige así –también en el caso de los políticos– en una distorsión deliberada que manipula emociones y creencias con el fin de influir en la opinión pública. Como señala

<sup>34</sup> Cf. J. A. NICOLÁS MARÍN, “Posverdad: Cartografía de un fenómeno complejo”, en *Diálogo Filosófico* 105 (2019), p. 303.

<sup>35</sup> Cf. *Ibíd.*, p. 303.

<sup>36</sup> Cf. *Ibíd.*, p. 310.

<sup>37</sup> Cf. *Ibíd.*, p. 314.

<sup>38</sup> Cf. *Ibíd.*, p. 315.

<sup>39</sup> A. CORTINA, *Ética cosmopolita: Una apuesta por la cordura en tiempos de pandemia*, p. 119.

<sup>40</sup> J. A. NICOLÁS MARÍN, *op. cit.*, p. 330.

<sup>41</sup> *Ibíd.*, p. 320

Cortina, son en realidad mentiras emitidas con la intención de engañar diciendo lo contrario de lo que se piensa<sup>42</sup>. Desde el punto de vista político, la posverdad y el uso que hacen de ella los medios de comunicación de masas plantean dos problemas. El primero sería el control del poder que ejercen las grandes empresas de internet. El segundo es el cinismo público en la difusión de información, donde individuos y colectivos asumen, sin el menor sonrojo, la mentira y la falsedad en sus comunicaciones públicas<sup>43</sup>.

Un mundo globalizado que debe enfrentarse a grandes retos como la actual crisis sanitaria, que amenaza con quedarse ante la aparición de nuevas cepas de la COVID-19, lo tendrá muy difícil si se pone en entredicho el valor de la verdad. Como bien resume J. A. Nicolás, “sin verdad no hay justicia: Sin justicia no hay paz”<sup>44</sup>.

#### 4. POR UNA ÉTICA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA ERA DIGITAL

El 20 de noviembre de 1983 la UNESCO publicó el *Código Internacional de Ética Periodística*. En este importante documento se destacan varios aspectos que deben guiar la acción profesional del periodista. De ellos destacamos dos aspectos muy oportunos en nuestra investigación. En primer lugar, el derecho del pueblo a la información verídica y, en segundo lugar, la adhesión del periodista a la realidad objetiva, pues se entiende que la tarea primordial de este es proporcionar una información verídica y auténtica con la devoción honesta a la realidad tal cual es<sup>45</sup>. Estos deberían ser los dos puntos fundamentales de toda ética de los medios de comunicación y de los profesionales dedicados a la práctica periodística.

No obstante, como hemos podido comprobar en la actual situación de pandemia, muchas veces estos dos principios han brillado por su ausencia, haciendo que el peligro aumentara. Esto evidencia la imperiosa necesidad de una ética aplicada a la práctica de los periodistas y a los medios de comunicación que incluya a los grupos de afectados por la empresa periodística. Evidentemente los profesionales de la información deberán luchar por una información veraz y objetiva y no venderse a los poderes políticos establecidos, que siempre intentarán la manipulación o el blanqueo de su gestión para aparecer como salvadores de la sociedad civil.

Adela Cortina señala cómo, en el pasado siglo XX, la ética mediática debía lidiar con dos grandes problemas: que la información es poder, y consecuentemente un poder muy codiciado por el ámbito político y económico, y que la información es mercancía y debe generara beneficios económicos a la

<sup>42</sup> Cf. A. CORTINA, *Ética cosmopolita: Una apuesta por la cordura en tiempos de pandemia*, p. 119

<sup>43</sup> Cf. J. A. NICOLÁS MARÍN, *op. cit.*, p. 333.

<sup>44</sup> *Ibid.*, p. 320.

<sup>45</sup> Cf. J. C. SIURANA, *La sociedad ética: Indicadores para evaluar éticamente una sociedad*, Barcelona, Proteus, 2009, pp. 125-126.

empresa<sup>46</sup>. En pleno siglo XXI aparece la revolución digital que conmueve los cimientos del periodismo. El acceso a las redes sociales hace que cualquier persona, sin necesidad de ser un profesional de los medios de comunicación, pueda transmitir información y opinión o consumir dicha información de forma inmediata. Esto podría ayudar a erradicar la jerarquización de la información, democratizándola y dejando en manos de movimientos sociales enormes posibilidades de coordinación<sup>47</sup>. En principio, esto pondría fin al enorme poder de los medios de comunicación y a su alianza, en ocasiones nefasta, con el poder político, preocupado más por lograr una comunicación útil a sus propósitos, olvidando el bien de la ciudadanía que los ha elegido.

Esta nueva situación y la emergencia de estos informadores espontáneos en las redes sociales podrían inducirnos a pensar que es el fin del periodismo profesional. Cortina tiene claro que no debería ser así, pues sigue siendo necesario fortalecer el periodismo profesional para lograr una mayor riqueza informativa y de opinión. En este punto, lo importante no sería el medio, sino la necesidad de contar con profesionales bien preparados que se hagan responsables de sus noticias y opiniones. Es imprescindible en una sociedad democrática un periodismo profesional al que se puedan pedir responsabilidades, tanto al profesional como al medio informativo, que no resuma el interés público en el “me gusta” o “no me gusta”. Ha de ser un periodismo profesional que potencie una sociedad bien informada y abierta<sup>48</sup>.

Queda claro que una sociedad democrática tiene necesidad en un periodismo profesional y éste tendrá necesidad de una ética aplicada a los medios de comunicación y a la profesión periodística que reúna unos principios que vamos a intentar enumerar a continuación, siguiendo a Juan Carlos Siurana, para que la actividad mediática pueda generar una opinión madura y responsable, sin la que no podría existir una sociedad pluralista y democrática<sup>49</sup>: 1) Aumentar la libertad de los ciudadanos mediante informaciones contrastadas, opiniones fundadas, e interpretaciones razonables y plausibles; 2) permitir la libre expresión de las opiniones, tanto de los profesionales de los medios de comunicación como de los ciudadanos; 3) potenciar una opinión pública razonante; 4) entretener, pues la personas también necesitan ocio, entretenimiento y diversión.

## CONCLUSIÓN

En el presente artículo hemos podido comprobar el lado positivo de los medios de comunicación y también su lado más negativo, cuando vulnera los fines propios al periodismo y convierte los medios en fines, al servicio de intereses políticos y económicos, olvidando su función en la trasmisión de la verdad para el bien común de toda la humanidad.

<sup>46</sup> A. CORTINA, *Ética cosmopolita: Una apuesta por la cordura en tiempos de pandemia*, p. 122.

<sup>47</sup> *Ibíd.*, p. 123.

<sup>48</sup> *Ibíd.*, p. 123-124.

<sup>49</sup> J. C. SIURANA, *op. cit.*, p. 131.

Uno de los problemas del mundo moderno era que, al defender demasiado la libertad individual –como señala Benjamín Constant– podemos dejar de lado nuestra participación en la esfera pública, delegando la responsabilidad en quienes nos gobiernan. En efecto, nuestros gobernantes pueden abusar de su posición de poder y privarnos de la tan ansiada libertad individual y privada. De ahí surge la necesidad de reivindicar mayor participación de la ciudadanía en la esfera pública. En este punto los medios de comunicación, al servicio de la verdad y del bien común, al transmitir una información verídica, pueden ser la mejor defensa de nuestras libertades individuales y del Estado democrático.

Señalaba Popper que la televisión –exponente de los medios de comunicación de masas en el pasado siglo XX y en el actual– vendría a ser un arma de doble filo. Por un lado, tendría un importante papel positivo, que contribuiría en la educación de los ciudadanos desde niños. Por otro, uno negativo, cuando se vende a los intereses políticos y económicos al transmitir información que avale a estos dos grandes poderes y no la verdad, por dura que sea. Popper nos advertía de que una democracia no puede mantenerse sin reconducir el poder de los medios de comunicación, si no hay un compromiso ético responsable que haga que estos medios trabajen al servicio de la verdad, al servicio de la ciudadanía, denunciando los abusos, irresponsabilidades y malas decisiones que puedan cometer los respectivos gobiernos, con mayor motivo si están en juego vidas humanas. La democracia consiste en poner bajo control el poder político, ya que supondría un peligro para la ciudadanía y para la propia democracia tener un poder político descontrolado.

Esto se agrava en el supuesto mundo de la posverdad, donde parece que la verdad ha desaparecido. La posverdad reviste una dimensión política importante: mediante la difusión masiva de noticias distorsionadas se puede influir en el resultado de unas elecciones políticas. En nuestro caso lo hemos apreciado en el blanqueo de la gestión de algunos gobiernos al afrontar una crisis como la actual pandemia del COVID-19. Pese a ello seguimos defendiendo la existencia de la verdad, necesaria para que haya justicia y paz.

Raúl Francisco. Sebastián Solanes  
Dpto. de Filosofía  
Facultad de Filosofía y CC. de la Educación  
Universidad de Valencia  
Avda. Blasco Ibáñez 30  
46010 Valencia  
Raul.Sebastian@uv.es