

## PONENCIA 3

# UNA MIRADA ÉTICA EN TORNO AL PLURALISMO, LA OBJETIVIDAD Y LA INFORMACIÓN

DRA. M.<sup>a</sup> JOSÉ LECAROS (CHILE)

*Vicerrectora de la Universidad de Los Andes*

### ALGUNAS ACLARACIONES PREVIAS

El tema propuesto -pluralismo, objetividad e información- puede ser abordado de muchos modos. He optado por un tono de ensayo y un apoyo bibliográfico variado. En él, los textos de origen norteamericano permiten hacer el diagnóstico y revisar los principales argumentos; pero es la bibliografía europea la que me ha facilitado dar con soluciones al problema planteado. Y será fácil adivinar que debo al profesor Desantes lo que haya de acierto en el trabajo expuesto.

Finalmente, es necesario advertir que este trabajo transcurre, aparentemente, en lo que parecen ser dos niveles argumentativos, uno más periodístico y otro de corte antropológico. No fue posible elegir puesto que lo informativo al margen de la realidad de la persona humana no tiene explicación valedera. La persona es centro -desde donde se la mire- de la acción informativa. Ésta es la óptica de este trabajo<sup>1</sup>. Es necesaria esta aclaración puesto que la persona no suele ser el punto de partida.

La cuestión del pluralismo suele fundarse en el siguiente argumento: los medios -cuando son pluralistas y objetivos- contribuyen a sustentar el sistema democrático y a crear lazos sociales<sup>2</sup>. Por el contrario, se dirá que cuando los medios pierden esta suerte de “característica cívica” serán disfuncionales.

---

<sup>1</sup>Hablar de lo informativo *desde* la persona –y no quedarse en el puro fenómeno- es plantearse una postura típicamente ética, pero además, de una ética realista. No parece posible hablar del “deber ser” si no hemos descubierto, antes, el ser de las cosas. “Hay una vieja máxima de los filósofos antiguos *agere sequitur esse*, el obrar sigue al ser”. Spaemann, R. *Ética: Cuestiones Fundamentales*, 1989, p. 108.

<sup>2</sup>Cfr. Neuman, N.R. *The future of the mass audience*, 1991.

Será interesante, por tanto, revisar primero, someramente, esta argumentación de pluralismo y objetividad como “característica cívica” exigible a los medios.

En un segundo momento, interesará estudiar ciertas notas distintivas que tienen hoy los medios, así como las condiciones de la sociedad en la que ellos se despliegan.

En una tercera etapa dejaremos de lado, momentáneamente, estos dos puntos de vista, para intentar otro camino: descubrir el origen del pluralismo a partir de lo que la persona es.

Sólo entonces -y esta es la cuarta etapa- se harán proposiciones sobre “modos pluralistas” de hacer información a partir de lo visto en los tres acápites anteriores.

## I. LOS TRES ARGUMENTOS SOBRE EL PLURALISMO Y SU CONTRADICCIÓN PRÁCTICA

El estudio de las principales tendencias en las investigaciones empíricas sobre pluralismo y medios del siglo XX en Norteamérica no coincide -más bien choca- con las fórmulas periodísticas más relevantes con las que, desde los propios medios, se ha buscado el pluralismo en ese país. Cuestión semejante ocurre con la objetividad. Las definiciones que se hacen de ella desde la academia son rechazadas por los propios periodistas quienes -en el ejercicio profesional- intentan otros “modos” de objetividad.

Estas afirmaciones son fundamentalmente ciertas para la situación norteamericana y son éstos los argumentos que se trabajarán. Hay que reconocer, sin embargo que el pensamiento europeo presenta una situación más heterogénea y, habitualmente, una mirada de mayor profundidad. Sin embargo el impacto que tuvo, y aún tiene, la proposición norteamericana sobre el rol social de los medios en las sociedades democráticas justifica que el análisis -en esta primera etapa- se funde por entero en estas proposiciones<sup>3</sup>.

Hay que aclarar que la revisión de las investigaciones no es exhaustiva; y advertir, también, que son estudios diversos en estilo y época y que en ellos, frecuentemente, se alude indistintamente al pluralismo y a la objetividad<sup>4</sup>.

A grandes rasgos se puede afirmar que la cuestión del pluralismo -en la bibliografía- se ha argumentado desde:

a) ciertas condiciones externas que generarían el pluralismo y que hemos

<sup>3</sup>En Latinoamérica ha sido muy fuerte la influencia del pensamiento norteamericano sobre prensa; influencia que también comienza a ser notoria en la bibliografía europea de las últimas décadas. Estos primeros estudios son más bien teóricos y plantean un “deber ser” débilmente fundamentado. La influencia de estas ideas ha sido enorme y es por eso que nos centramos en ellas. La posibilidad de criticarlas la debemos al pensamiento europeo, muy especialmente al del profesor Desantes.

<sup>4</sup>Dennis afirma que el debate sobre el pluralismo en los medios es una de las cuestiones más curiosas y complejas. Y lo define como “una extraña mezcla de historia constitucional, teoría económica, sociología y “good old fashion moralizing”. Dennis, E.E., Merrill, J.C., *Media debates: Issues in mass communications.*, 1991, p. 79.

denominado el “argumento de la igualdad en las condiciones de acceso”,

b) ciertas condiciones internas del fenómeno informativo que asegurarían el pluralismo -el sistema de propiedad y de organización empresarial- que hemos llamado el “argumento de la propiedad y la organización de los medios”.

c) la presencia de determinadas rutinas informativas como garantizadoras de pluralismo que hemos titulado el “argumento de las rutinas profesionales”.

Primero desarrollaremos estos tres argumentos, para luego ver cómo, desde el ejercicio profesional en Norteamérica, éstos se rechazan y se proponen nuevas fórmulas de pluralismo informativo.

### ***a) El “argumento de la igualdad en las condiciones de acceso”***

Esta postura relaciona el pluralismo con el igual acceso del público a los medios de comunicación. La tesis -mantenida por la bibliografía europea, norteamericana y latinoamericana- sostiene que habrá verdadero pluralismo cuando todas y cada una de las personas tenga posibilidad de acceder a cualquier medio o a crear medios<sup>5</sup>.

Con la llegada de las nuevas tecnologías -y la sensación de haber logrado la sociedad global de comunicaciones- y luego de la inicial euforia, aparece una segunda etapa en la que los estudios apuntan a la creciente brecha comunicativa que produciría la imposibilidad de acceso a esta tecnología por parte de los países pobres<sup>6</sup>, cuestión que se definiría como una pérdida de pluralismo.

### ***b) El “argumento de la propiedad y organización de los medios”***

Hay una línea de autores -tanto europeos como norteamericanos- que con diversos matices afirman que la garantía de un mayor pluralismo informativo estaría hoy dada por cuestiones de tipo empresarial y organizacional. Esta línea argumentativa tiene diversas variantes.

Por una parte, se afirma que el pluralismo tiene relación con el sistema de

---

<sup>5</sup>El concepto del libre acceso a los medios nace, en el pensamiento norteamericano, de la inclusión de la libertad de expresión, así como la libertad de prensa, en la Primera Enmienda, junto con otras libertades centrales al hombre. Cfr. Dennis, E.E., Merrill, J.C., *Media debates: Issues in mass communicatios.*, 1991, p. 56 y ss.

<sup>6</sup>“El peligro es que la diferenciación cultural —entre naciones que se hallan conectadas a las redes de transmisión y análisis simbólicos y las que permanecen al margen de ellas— se profundice creando un abismo todavía mayor que el de la riqueza material y el de la producción de bienes y servicios que consumen recursos físicos”. Brunner, J.J. *Comunicación y democracia*, 1994. p. 18.

propiedad de los medios. Se refieren los autores a la cuestión de la concentración<sup>7</sup> y a la tipología con que ésta se presenta (concentración vertical, horizontal, multimedial, multisectorial); a la discusión de si la concentración es de productos o de mercados, etc.<sup>8</sup> Esta proposición tendrá una vertiente que en Latinoamérica fue decisiva y sigue siendo influyente hasta hoy, al establecer relaciones entre pluralismo y el sistema de propiedad estatal, privada o pública de los medios.

Este argumento relaciona, también, el pluralismo con el sistema de trabajo en el interior de las salas de redacción: el número de personas que toman las decisiones en la empresa y el modo como se toman estas decisiones (decisiones verticales, horizontales, etc.).<sup>9</sup>

Y finalmente, se habla de la relación entre pluralismo y la denominada *newsroom diversity*. La diversidad de las personas que integran las salas de prensa -según raza, sexo, religión, filiación política- aumentaría o disminuiría el pluralismo en los contenidos. Este modo de ver el pluralismo tiene también manifestaciones en las investigaciones.<sup>10</sup>

### c) El “argumento de las rutinas profesionales del pluralismo”

El tercer argumento se centra en las denominadas “rutinas periodísticas”<sup>11</sup>.

Los autores concuerdan en que se ha llegado a un modo de trabajo -propio de la

<sup>7</sup>Hale, en una revisión de toda la literatura sobre el tema desde 1971, sostiene que hay dos corrientes respecto de la concentración de los medios y su efecto sobre el contenido de los mismos (cuestión que se puede aplicar al pluralismo informativo). Una corriente sostiene que no hay efecto ninguno: los medios “independientes”, luego de ser comprados, siguen comportándose de modo similar. Otra corriente, en cambio, asegura que sí hay cambios. Estos se refieren sustancialmente a una menor cobertura de los conflictos locales. Cfr. Hale, F.Dennis. “Editorial diversity and concentration” en Picard, R.G., McCombs, M., Winter, J.P., Lacy, S. *Press Concentration and monopoly*, 1988. Para este tema ver también Bogart, L. *Comercial Culture*, 2000.

<sup>8</sup>Cfr. Busterna, J.C. “Concentration and the industrial organizational model” en Picard, R.G., McCombs, M., Winter, J.P., Lacy, S. *Press Concentration and monopoly*, 1988.

<sup>9</sup>Quizá el texto más interesante que sintetiza este tipo de estudios es el de Schoemaker, P.J. y Reese, S.D. *La mediatización del mensaje, teoría de las influencias en el contenido de los medios de comunicación*, 1994.

<sup>10</sup>El concepto de *newsroom diversity* comenzó como una manifestación de pluralismo laboral, entendida como igualdad de oportunidades. Hoy se ha ampliado. El argumento es simple: el modo principal de dar cuenta de la diversidad social es contratar como periodistas a personas que “representan” de algún modo esa diversidad. En las revistas especializadas este concepto de *newsroom diversity* ha adquirido tal importancia que se han abierto nuevas secciones para tratar este tema, por ejemplo, *Presstim*. El pluralismo visto así aparece también en las investigaciones; en ellas se plantea, por ejemplo, como metodología para medir pluralismo en los contenidos de un medio, que esté numéricamente representada la población en la que ese medio circula, a través de las fuentes o imágenes que en el medio aparecen. Cfr. por ejemplo, “Reality in the St. Louis Post-Dispatch” Rodgers, Sh., Thorson, E., Antecol, M., NRJ, vol. 21, n.3, Summer, 2000. p. 51 y ss.

<sup>11</sup>El tema de las rutinas es de enorme interés en el estudio del pluralismo informativo. Estrictamente hablando, el concepto de rutina aparece en los estudios norteamericanos que sostienen que el sistema de organización en el que se produce la noticia afecta la naturaleza, el rango y el impacto de las decisiones éticas que toma el periodista. A partir de estos estudios -el primero de ellos se atribuye a Breed:1955- se describe el tipo de acciones y decisiones que toma habitualmente un periodista y cómo éstas están influidas por la organización. Lambeth cita una segunda serie de estudios que tienen relación con los “elementos” que promueve la organización periodística de modo de producir una sucesión continua de informaciones. Los autores posteriores toman estos conceptos y los desarrollan. A partir de ellos puede hablarse propiamente de “rutinas informativas”. Quizá el texto que sintetiza estos estudios es el de Schoemaker, P.J. y Reese, S.D. *La mediatización del mensaje, teoría de las influencias en el contenido de los medios de comunicación*, 1994.

actividad profesional desarrollada en el último siglo-, que ha consolidado “estándares” profesionales, modos y costumbres universalmente aplicados, de acuerdo a las cuales se “hace”, se produce la noticia<sup>12</sup>. Se relaciona la existencia de “rutinas” en una determinada profesión con un signo de madurez y de legitimidad social de la misma. Las rutinas, se dice, nacen espontáneamente de la acción profesional y, en la medida que prueban ser eficaces, se consolidan como costumbres profesionales. A éstas -con el paso del tiempo- se les agrega la impronta de “deber” profesional; se constituyen en acciones que deben hacerse si se quiere producir un periodismo de calidad.

Aunque la objetividad es la rutina más reiteradamente citada respecto del pluralismo hay otras rutinas que, a poco andar y de modo más vago se relacionan con él como, por ejemplo, la rutina del *watchdog* (o perro guardián) y el *adversory role* (o periodismo adversarial).

### *c.1) La objetividad como rutina pluralista*

Aunque la objetividad es previa al concepto mismo de rutina, concepto que en la literatura aparece recién en la década de los cincuenta, desde los primeros estudios está propuesta como una forma privilegiada de producción de la noticia.

Esta objetividad periodística norteamericana vista como modo de dar a conocer las diferentes voces en la sociedad tiene un interesantísimo desarrollo histórico a lo largo del siglo XX en el que no nos podemos detener<sup>13</sup>. Sólo intentaremos situar este concepto en el contexto en el que se origina, para luego dar cuenta de sus matices más relevantes.

La objetividad en Estados Unidos se entiende como el modo por el cual el

---

<sup>12</sup> Lambeth, citando a Lippmann, habla de ellos como convenciones y costumbres que pueden pasar como estándares (Lambeth:1986). García Avilés recuerda que el vocablo *standard* tiene al menos tres acepciones: modelo ejemplar que se adopta como criterio de referencia, normas o criterios de actuación profesional y principios de conducta moral. La literatura sajona ha utilizado el término en su segunda acepción. Dicken García define los estándares como “los criterios o normas que rigen el proceso de una tarea profesional, las reglas que definen cómo se recoge, elabora y presenta la información” en García Avilés, J.A. *Periodismo de calidad: estándares informativos en la CBS, NBC y ABC*, 1996. p. 21-22.

<sup>13</sup> Es extremadamente interesante detenerse un momento en esta revisión histórica de la rutina de la objetividad. En la mitad del siglo se propone desde la academia una serie de matices que parecen modificar la inicial definición de objetividad “estenográfica” en palabras de Epstein, y recogen—en mi opinión—lo que los periodistas en el ejercicio profesional “llaman” objetividad. MacDougall en 1977 asume las críticas respecto de lo disfuncional e imposible que resulta el planteamiento de objetividad “dura” e introduce el concepto de la interpretación, la “interpretación objetiva”. Los solos datos son insuficientes, dirá. Es necesario añadir contexto, aclarar el lenguaje especializado, suplir la información que las fuentes omiten, agregar elementos que le permitan al público valorar los datos duros. Los conceptos de *balance* y *fairness* en este caso no son ya elementos añadidos a la objetividad o que la sustituyen. Se constituyen en el modo propio de interpretar que se aleja de un equilibrio meramente numérico en pos de uno contextual. Epstein (1975) propondrá el “reporteo de investigación” que más tarde tomará Meyer y dará, desde la perspectiva que analizamos, un paso atrás al proponer las encuestas y otros métodos empíricos, propios de la investigación de las ciencias sociales, como modo de alcanzar la objetividad. Se vuelve a lo factual. Las proposiciones desde la academia siguen, hasta que, finalmente, se da el salto desde el término de objetividad hacia la proposición de neutralidad como rutina informativa. Y con este planteamiento se vuelve al modo inicial de plantear una objetividad que suspende de modo radical toda participación del periodista.

periodista entrega un tipo de noticia sin opinión personal ni juicio subjetivo alguno, dice Lambeth<sup>14</sup>. Se trata de un tipo de información primariamente sustentada en hechos y en fuentes. Son las fuentes las que proporcionan no sólo el sentido y el contenido de la información, sino además la argumentación y las posteriores reacciones, rechazos y críticas. Los periodistas sólo proporcionan el vehículo para efectuar este intercambio, agrega Glasser.<sup>15</sup>

Inseparablemente unido a este concepto de objetividad -para algunos autores matizándolo<sup>16</sup>, para otros sustituyendo el propio concepto de objetividad<sup>17</sup>- se plantean en la bibliografía norteamericana otros términos que enmarcan -y hacen más comprensible y factible- esta propuesta. Las investigaciones recogen el concepto de bias o tendencia personal como cuestión que debe ser eliminada de la acción profesional; citan el *fairness* -o la honestidad o rectitud del informador- como concepto moderador de la aplicación mecánica pura y dura de la objetividad y que consistiría en buscar aquellas fuentes más adecuadas<sup>18</sup>. Y finalmente el *balance* -o equilibrio- que consistiría en que esas fuentes se seleccionen de modo que entreguen perspectivas y miradas diversas respecto de los hechos y datos narrados.

El aparente rigor de esta primera objetividad, entendida como una fotografía estática de la realidad, aparece siempre suavizada por la búsqueda de la variedad, de la pluralidad de fuentes, de puntos de vista, de interpretación. La aparente neutralidad que parece exigirse al periodista se ve moderada por las exigencias del *fairness* y el *balance*. No es una objetividad aplicada de modo absolutamente mecánico; se apela directamente al periodista.

### c.2) Muy ligado al término de objetividad está el concepto de watchdog

Como rutina propone que la prensa debe controlar las actividades del gobierno y otras instituciones públicas sometiéndolos a un escrutinio y crítica permanente. Es un

---

<sup>14</sup>“One is “objectivity” meaning news devoid of personal opinion and overly subjective judgments” Lambeth, E.B. *Committed journalism, an ethic for the profession*, 1986. p. 67.

<sup>15</sup>“And so what does objectivity mean? It means that the sources supply the sense and substance of the day’s news. Sources provide the arguments, the rebuttals, the explanation, the criticism. Sources put forward the ideas while other sources challenge those ideas. Journalists, in their role as professional communicators, merely provide a vehicle for these exchanges” Glasser, Th. L. “Objectivity and news bias” en Cohen, E.D.(ed) *Philosophical issues in journalism*, 1992.

<sup>16</sup>Lambeth, E. B. *op. cit.* p. 67.

<sup>17</sup>Hay autores que sostienen que es el desprestigio del concepto de objetividad el que produce la aparición de los términos de *fairness* y *balance* (Cfr. Bennett, W.L. *The politics of illusion*, 1988). Independientemente que así haya sido, me parece concordar con Lambeth que ellos contribuyen a una aplicación menos rígida -en la práctica imposible- de objetividad. Por otra parte, dan un cierto protagonismo al periodista, cuestión que parece importante para nuestro estudio.

<sup>18</sup>Lambeth lo dirá textualmente: la objetividad no debe ser lograda a expensas de la honestidad. Lambeth, *op. cit.* p. 67.

modo por el que los medios mantienen distancia -una suerte de objetividad- respecto de las conductas gubernamentales. Muy en la línea está el rol *adversorial* por el cual los medios mantienen un permanente argumento en contra de lo propuesto por el poder político representando -de cierto modo- a los ciudadanos que tienen posturas diferentes<sup>19</sup>.

Estas formas de objetividad nacen, más que del aprecio por la verdad, del menos meritorio interés por llegar a la mayor cantidad de público posible<sup>20</sup>. Junto con el declinar de la prensa política partisana y la aparición de la llamada información comercial, los medios privilegiarán los datos, lo “fáctico”, lo contrastable como modo de satisfacer al máximo común denominador.

Otros autores argumentan la objetividad como el modo por el cual la profesión adquiere un aire de respetabilidad profesional que hasta entonces no poseía<sup>21</sup>.

Queda un tema no menor que aclarar: la relación que se hace entre verdad y objetividad y entre verdad y pluralismo en esta bibliografía. La respuesta excede un trabajo como éste ya que los matices son innumerables. A una cierta debilidad filosófica y cognoscitiva, muy presente en la bibliografía norteamericana, se suma la herencia dubitativa y escéptica propuesta por Lippmann que tiene enorme influencia en los autores posteriores. Epstein, comentando a Lippmann expresa esta postura diciendo que hay que hacer una distinción radical entre noticia y verdad. La primera señala un evento, la segunda ilumina hechos desconocidos, establece relaciones, presenta un cuadro de la realidad sobre el que los hombres pueden actuar. La verdad, agrega, coincide con la noticia en unas pocas y restringidas áreas: el resultado de un partido de baseball o las elecciones. Sólo aquí, al ser los resultados definitivos y mensurables, son verdaderos<sup>22</sup>. Hasta aquí lo propuesto por la academia.

#### ***d) Desde la profesión se produce una contradicción práctica a estos tres argumentos sobre el origen del pluralismo informativo***

Es interesante detenerse a revisar pluralismo y la objetividad desde la perspectiva

---

<sup>19</sup> Ambos roles se argumentan desde el interés del público. Los medios, a través del rol de *watchdog* y *adversory* role trasladan las inquietudes del público hacia el poder político u otras instituciones y les plantean preguntas. Lo complejo de estos roles es que hoy se han ampliado hasta abarcar prácticamente todas las actividades posibles. A los medios les parece que un modo de aplicar la objetividad es contrargumentar hasta el límite las diversas proposiciones de la sociedad. Lippmann previó de algún modo este exceso cuando afirmó que la prensa no puede sustituir a las instituciones; sólo puede iluminar algunas de sus acciones (Cfr. Lippmann, W. *Public Opinion*, 1965. p. 229).

<sup>20</sup> Lambeth, E.B. *op. cit.* p. 66-67.

<sup>21</sup> *Ibidem*.

<sup>22</sup> Epstein, J. *Between fact and fiction: the problem of journalism*, 1975, p. 3.

de los periodistas y el cómo lo han puesto en práctica en la propia actividad<sup>23</sup>. Ahí no encontraremos definiciones sobre objetividad o pluralismo sino una proposición. Curiosamente, cuando la actividad profesional ha ido en contra de un pluralismo y una objetividad entendida en forma simplista se han producido fórmulas periodísticas de enorme interés, y de paso, pluralismo.

A partir de la década de los 30, se suceden en Estados Unidos una serie de movimientos y fórmulas periodísticas que desafían el canon tradicional de objetividad y buscan el pluralismo de modo diferente al propuesto por la bibliografía. La enumeración que sigue, aunque incompleta, es ilustrativa.

El primer rechazo a afirmaciones académicas de objetividad lo hacen Luce y Hadden cuando crean, en 1923 la revista FACTS que a poco andar se llamaría TIME y proponen como línea editorial no entregar el dato -tanpreciado para la objetividad- que la revista considerará, incluso, una forma de desinformación. Proponen centrarse en el contexto, “los datos sobre el dato”. Consideran que esta es la verdadera objetividad; éste es el que asegura la comprensión de la complejidad social. Ese contexto lo debe proporcionar el periodista<sup>24</sup>.

Casi 30 años más tarde aparece en las grandes ciudades de Norteamérica el “periodismo *underground*”, caótico, anárquico y artesanal. Denuncia que la “prensa oficial” o del *establishment* ignora de modo sistemático ciertos grupos minoritarios. Esta forma de periodismo reivindica lo que en ese momento eran temas marginales en ese momento -el feminismo, los negros, los pacifistas, los ecologistas, los hippies- y los transforma en noticia<sup>25</sup>.

Afirman que no hay verdadero pluralismo en los medios. Rechazan el valor del dato puro y reivindican la importancia de la opinión sobre determinados procesos. Opinión que relacionan -de modo apasionado- con modos de vida, llegando incluso a validar el dar a conocer una determinada realidad, con exclusión de otras. Para que esta realidad se manifieste objetivamente, afirman, debe ser dada a conocer subjetivamente, desde dentro. Implícitamente hay en este movimiento una propuesta interesante: la opinión tiene una fuerza social importante, más incluso que la del propio dato<sup>26</sup>.

---

<sup>23</sup> Un buen modo de avanzar en ética periodística es comenzar a estudiar qué se hace en el ejercicio profesional. Más a menudo de lo que es saludable, el análisis ético toma dos derroteros igualmente infecundos: la aplicación a ultranza de determinados principios a la realidad, con el resultado que más que hacer ética se produce lo que los españoles gráficamente denominan “moralina”. O la postura contraria, en la que nos dejamos llevar por el fenómeno y, sin evaluarlo, le atribuimos carácter de inevitable, y de este modo lo legitimamos sin discusión.

<sup>24</sup> Retomaremos en la cuarta parte esta proposición. Al periodista le corresponde dar algo más que los puros datos. Hacerlo es lo que denominaremos, en la cuarta parte, “solidaridad”.

<sup>25</sup> El “periodismo *underground*” fue, él mismo, poco pluralista y poco profesional: se centró habitualmente en una sola temática y trabajó sobre ella no sólo sin objetividad, sino, a menudo, sin siquiera apego a la verdad. Sin embargo tiene el merito de haber puesto en circulación una serie de opiniones que no aparecían en los medios de gran tiraje.

<sup>26</sup> Retomaremos este punto de vista cuando analicemos, en la cuarta parte, la importancia de la opinión.

Un tercer hito lo constituye el “nuevo periodismo”<sup>27</sup> que se desarrolla en la propia prensa del *establishment* de modo casi inadvertido y reivindica la temática cotidiana que los medios de gran tiraje, con su apego a las fuentes oficiales, dejaba fuera de su espacio.

No hay verdadero pluralismo si no aparece la persona, sostienen. Más que las acciones de los hombres interesan sus motivaciones, su pensamiento, sus aspiraciones y metas<sup>28</sup>. Se propone una nueva objetividad que no debe quedarse en lo externo; “objetividad” que es capaz de informar el subconsciente de las personas.

Finalmente el *civic o public journalism*, en la década de los 80, hace un diagnóstico concreto. La brecha que se ha producido entre el público y el sistema político-económico puede ser paliada en parte por los medios. Es necesario que éstos vuelvan a pensar sus temas y los determinen no desde la agenda propuesta por las fuentes oficiales, sino desde los intereses del público<sup>29</sup>. Se abre la variedad temática, la objetividad se “traslada” del periodista al público y -más interesante- se plantea una directa relación entre la representación de los diversos intereses de una sociedad pluralista y la calidad informativa<sup>30</sup>.

Con más o menos aciertos periodísticos, cada una de estas fórmulas tuvo un diagnóstico certero. Constató la contradicción de los tres argumentos “oficiales” para producir pluralismo. Este no parece asegurado sólo a través del libre acceso a los medios, como tampoco vía un sistema de propiedad, una determinada organización empresarial, el *newsroom diversity*, ni siquiera determinadas rutinas informativas<sup>31</sup>.

Lo notable del diagnóstico hecho por este grupo humano tan heterogéneo -los universitarios destacados de TIME, los hippies de la “prensa *underground*”, los escritores costumbristas del “nuevo periodismo” y los periodistas postmodernos del *civic journalism*- es que coincide de un modo asombroso con lo que desde otras disciplinas se anunciaba: el sistema social había cambiado de modo radical. Los medios también habían cambiado. El público tenía nuevas expectativas<sup>32</sup>. Dejando de lado lo que diferencia a

---

<sup>27</sup> Quizá el más interesante de estos movimientos, el “nuevo periodismo” hace una serie de proposiciones para dar cuenta de la realidad. Curiosamente éstas suelen tener altos grados de lo que la bibliografía del momento denominaría subjetividad. Vale la pena oír a Wolfe: “en vez de presentarme como el locutor radiofónico que describe la gran parada, me deslizaba lo más rápidamente en las cuencas del ojo, como si dijéramos, del personaje del artículo” (...) “a veces utilicé el punto de vista en el sentido jamesiano con que lo entienden los novelistas, para entrar enseguida en la mente de un personaje” (...) “parecía primordial *estar allí* cuando tenían lugar las escenas dramáticas para captar el diálogo, las expresiones faciales, los detalles de ambiente. La idea consistía en ofrecer una descripción objetiva completa más algo que los lectores siempre tenían que buscar en las novelas o en los relatos breves: esto es la vida subjetiva o emocional de los personajes.” Wolfe, T. *El nuevo periodismo*, 1977, p. 31 y ss.

<sup>28</sup> Retomaremos este tema en la cuarta parte. La importancia que el “nuevo periodismo” otorga a estas cuestiones ha sido el punto de partida para plantear lo que hemos denominado “periodismo vital”.

<sup>29</sup> En la cuarta parte debemos a las ideas del *civic journalism* algunas de las proposiciones de debate allí planteados.

<sup>30</sup> Por primera vez la cuestión de la diversidad aparece relacionada con la calidad, con la ética. A diferencia de los movimientos anteriores, el *civic journalism* se propone como una alternativa más ética que el modo tradicional de trabajar en la profesión.

<sup>31</sup> Excede a este trabajo, pero es interesante constatar que en estas fórmulas hay diferentes sistemas de propiedad, de organización y de rutinas profesionales.

<sup>32</sup> No podemos abordar en esta exposición el tema, pero estos periodistas previeron lo que, más tarde sociólogos y científicos políticos analizarían académicamente: la crisis de la relación medios-público-sociedad.

todas estas fórmulas -y las debilidades éticas que muchas de ellas poseen-, las proposiciones que hacen poseen un mismo diagnóstico inicial. Hay una triple relación -público, medios, sociedad- que está dañada, una relación que debe ser repensada desde los medios. Propongo a ustedes estudiar este cambio.

## II. ESTUDIAR EL CAMBIO: LAS NOTAS DISTINTIVAS QUE TIENEN HOY LOS MEDIOS Y LAS CONDICIONES DE LA SOCIEDAD EN LA QUE ELLOS SE DESPLIEGAN

Hay que hacer un análisis de las circunstancias actuales en las que se quiere lograr el pluralismo y la objetividad. Puesto que si queremos hacer un análisis ético realista -y utilizo a propósito el término realista en su sentido filosófico- no bastará con descubrir y aplicar mecánicamente determinados principios -por sólidos que estos sean- a la acción. Será necesario estudiar con profundidad las nuevas circunstancias en las que se desenvuelve la acción profesional y revisar los desafíos que plantea<sup>33</sup>. Esto lejos de ser relativismo, es sólido realismo; es -en palabras de los clásicos- ser prudentes<sup>34</sup>.

Los cambios en el ámbito de la sociedad.

- a) Vivimos en una sociedad con un carácter crecientemente plural; pluralidad que se manifiesta en una aparente pérdida de un “suelo común”, de un mismo lenguaje, de una idéntica escala de valores, de estilos de vida semejantes. La sociedad hoy tiene unos niveles de pluralidad que se nos aparecen como inéditos en la historia de occidente<sup>35</sup>.
- b) esta pluralidad social se presenta tan radical que su sola comunicación amenaza producir un conflicto social de proporciones y una quiebra en la sociedad. Es por esto que se propone “cuidar” la comunicación sobre estos mundos aparentemente irreconciliables que coexisten en un mismo espacio geográfico; “cuidado” que se refleja en una opción -desde todas las instituciones- por reforzar los consensos más que destacar las diferencias<sup>36</sup>.

<sup>33</sup> Es indispensable el estudio de las circunstancias en las que se realiza una acción profesional; lo contrario es moralismo. “...la praxis social ha de contar con las modulaciones históricas, con factores culturales, con condiciones psicológicas y económicas...”. Llano, A. *El Humanismo cívico*, 1999, p. 70.

<sup>34</sup> “La prudencia es el saber cómo aplicar las reglas morales a una situación concreta (...) es la capacidad de comprensión ética de una determinada coyuntura vital”. Llano, A. *El Humanismo... op. cit.* p. 201.

<sup>35</sup> “El rasgo más chocante del lenguaje moral contemporáneo es que en su mayoría se utiliza para expresar desacuerdos; y el rasgo más chocante de los debates en los cuales se expresa ese desacuerdo es su carácter interminable. No quiero decir simplemente que estos debates sigan y sigan y sigan -aunque así sucede- sino que ellos, aparentemente no logran encontrar un término. Pareciera que no hay vía racional para asegurar un acuerdo moral en nuestra cultura”. MacIntyre, A., 1984.

<sup>36</sup> “Si se parte del convencimiento de que el pluralismo genera un antagonismo insalvable, la perspectiva del consenso racional se disipa y sólo cabe confiar en una solución mecánica y presuntamente neutral (...) una instancia puramente procedimental que construye las normas -como decía Hobbes- con base en la autoridad y no en la verdad (...) los acuerdos éticos en los que se basaría tal autoridad tienden a lograrse por un rasero cada vez más bajo” Llano, A. *El Humanismo... op. cit.* p. 26.

- c) es una sociedad en la que las instituciones intermedias -la familia, el sistema de educación formal, los partidos políticos, incluso la Iglesia, debido a la creciente secularización- han perdido fuerza. Esas sociedades intermedias que interpretaban, validaban o rechazaban las variaciones al interior de la sociedad se han debilitado hasta hacerse, en ciertos espacios, casi inexistentes como formas de mediación; hasta el punto que hoy se dice que están “colonizadas” por los medios<sup>37</sup>.
- d) frente a una sociedad de tal complejidad, las personas incapaces de comprenderla y dominarla tienden a rechazarla, se encapsulan y se refugian en mundos privados<sup>38</sup>.
- e) se constata una creciente tensión entre la sociedad y los medios; tensión que se traduce en un “estado de ánimo” que va desde un vago malestar respecto del sistema informativo, hasta abiertos intentos por “intervenirlo”. Nunca fueron fáciles las relaciones entre el sistema social y la información, basta revisar la historia de los medios de los últimos tres siglos. Pero el conflicto actual va más allá de la tradicional lucha por “espacios de poder”; tiene un elemento nuevo. Hay un cambio en la sociedad y en los medios, hay nuevas circunstancias que hacen compleja la coordinación entre los medios y el público<sup>39</sup>.

¿Cuál es el resultado? Las mismas personas que con dificultad entienden la complejidad y la radicalidad del cambio del sistema social, político, económico y cultural en el que están insertas, al no poseer instituciones intermedias que colaboren en la interpretación de esta realidad, acuden a los medios de comunicación para interpretar el mundo, para aprender a vivir, para descubrir el sentido de la vida.

#### El cambio en el ámbito de los medios

Estos medios -a los que acude el público- han tenido, también, cambios drásticos:

- a) No me refiero sólo a ese cambio de giro notorio que aún asombra: el paso de esos primeros periódicos -verdaderas aventuras familiares- a las grandes empresas periodísticas de comienzos de siglo que, aliadas con la publicidad, pasaron a ser, verdaderamente, *big business*; y que hoy, en un nuevo salto, se

<sup>37</sup>Llano plantea que, como resultado del alejamiento de lo que denomina “las fuentes de sentido” y la entropía de los sistemas sociales, las personas “tienden a dejarse llevar por una fuerza centrípeta que los repliega sobre sí mismos y adoptan actitudes de rechazo, narcisismo, de encapsulamiento afectivo, de conformismo, de apatía o simplemente de silencio”. Llano, A. *La nueva sensibilidad*, 1989, p. 44.

<sup>38</sup>“La expresión de ideas libres y diversas puede resultar confusa a menos de que se disponga de medios -a través del hogar, de la Iglesia, la escuela, de las costumbres- para interpretar los diversos modelos de pensamiento y de sentimiento”. “Resumen de Principios. Declaración de la Comisión sobre Libertad de Prensa” en Steinberg y Bluem.

<sup>39</sup>Bogart destaca tres cuestiones principales: el progreso tecnológico ha unido a todos los medios hasta formar un sistema “interpenetrado”; la distinción tradicional entre la comunicación individual y la comunicación masiva está desapareciendo; el apoyo económico se ha desplazado de los medios a los consumidores, sin haberse producido, antes, variaciones en el tipo de contenidos”. Cfr. Bogart, L. *Comercial Culture*, 2000, p. 3 y ss.

han transformado en gigantescos conglomerados internacionales. Fenómeno que altera de modo decisivo la relación entre publicidad y línea editorial, por ejemplo<sup>40</sup>.

- b) un segundo elemento es el desarrollo tecnológico y sus consecuencias: una velocidad que hoy es “instantaneidad” y una capacidad de modificación de los mensajes que hoy posibilita la reiteración, alteración, hasta llegar incluso a la pura y simple creación.
- c) un tercer elemento, los medios se institucionalizan, fenómeno que va acompañado de una cierta opacidad en su acción. La actual complejidad medial produce un modo de trabajo poco transparente<sup>41</sup>.
- d) un cuarto fenómeno es el grado de penetración de la información -acrecentada por las nuevas tecnologías- que afecta a las personas y las “coloniza”<sup>42</sup>.
- e) y quizá el más interesante y menos estudiado de los cambios: la confusión respecto de lo que funda la acción informativa. A lo largo de la historia se han propuesto diversos argumentos sobre los que descansa el ejercicio profesional. Junto con el nacimiento de la prensa se planteó la libertad como el eje sobre el cual se coordinaron medios, sociedad y personas individuales. Libertad de expresión para las personas que por extensión se aplicó a la empresa; libertad que aseguraría -así se pensó- el resto de las libertades sociales.

Hacia fines del 1800, los diarios se popularizan, crece la circulación, se apoyan en la publicidad, se institucionalizan. Aparece un segundo elemento coordinador en la relación medios-sociedad: la exigencia de la verdad en una información que ya tenía relevancia e impacto social; concepto de verdad que se concreta -a la vez que se restringe- a la objetividad.

A medida que avanza el siglo hace crisis este ideal de objetividad propuesto en los inicios. Crisis que coincide con la creciente pluralidad social.

Nos encontramos ante un escenario diferente. Un escenario en el que la

<sup>40</sup>Para Bogart el efecto de la publicidad en los medios es muy importante y ha dado lugar a lo que denomina “cultura comercial”. “La publicidad es un componente central no sólo de los medios, sino de lo que vemos y oímos en la vida cotidiana (...) el tamaño del sistema publicitario ha permitido la creación y manutención de innumerable cantidad de medios (...) esto tiene tres consecuencias: (1) la publicidad es un componente fundamental de la experiencia comunicacional medial de público; (2) afecta el juicio sobre el contenido no publicitario de los medios; (3) controla la vida y la defunción de cada medio individual” Bogart, L. *Comercial Culture*, 2000, p. 65 y ss.

<sup>41</sup>“...la transparencia informativa no encuentra siempre el canal adecuado en los medios”. Llano, A. *El humanismo... op.cit.* p. 17.

<sup>42</sup>“El narcisismo atomista de los individuos es una reacción de “encapsulamiento efectivo” ante la colonización de los mundos vitales por parte del estado, el mercado y los medios de comunicación colectiva”. Llano, A. *El humanismo... op.cit.* p. 24 (el subrayado es del autor).

mediación de los medios (valga la redundancia) está reforzada por la ubicuidad medial, la instantaneidad, la institucionalidad medial demostrada en su capacidad de producir agenda<sup>43</sup>, y una cobertura que no sólo abarca a la totalidad de la población, sino también todo el “tiempo vital” de las personas<sup>44</sup>.

Mediación que –en ausencia de otras instituciones– legitima hechos, situaciones, ideas y opiniones. Esta capacidad de legitimación de los medios hace que –planteado con los términos radicales en que lo expresa Bettetini– la cultura sea hoy “lo que queda de los medios”<sup>45</sup>.

Queda así planteado el problema. La teoría había sostenido, hasta ahora, que para dar cuenta con honestidad de la pluralidad social, había que usar de la objetividad. Y sin embargo ésta parece claramente insuficiente como rutina frente a la enorme capacidad legitimadora de los medios y a la creciente pluralidad social.

Los dilemas éticos que comienza a plantear una aplicación irrestricta de la objetividad pura y dura se hacen más y más frecuentes. Se producen efectos disfuncionales impensados de los medios en la sociedad<sup>46</sup>.

### III. VOLVER A LOS INICIOS: DESCUBRIR PLURALISMO Y OBJETIVIDAD A PARTIR DE LO QUE LA PERSONA Y LA SOCIEDAD SON

Dejemos por un momento las características actuales de los medios y la sociedad.

Volvamos al comienzo. Hay una buena herencia intelectual a la cual apelar para hacer esta investigación.

El análisis que aquí se hará se sustenta en dos desarrollos intelectuales, muy disímiles en el tiempo y en la profundidad de sus conclusiones. Me refiero a la antigua tesis de comunidad y comunicación como un mismo fenómeno natural con dos

---

<sup>43</sup> El concepto de agenda fue tempranamente planteado por Lippmann como ese “mapa mental” que permitía comprender la realidad. El concepto más adelante fue conceptualizado como *agenda setting*. “Aunque este rol de *agenda setting* es un subproducto no intencional y secundario de la necesidad de seleccionar las noticias de modo de llamar la atención, es uno de los efectos más significativos de los medios de comunicación”. Si a esto se agrega que “la gran mayoría de los periodistas evitan hacer esfuerzos por utilizar la persuasión directa, se hace aún más importante el estudio que explique el rol de *agenda setting* de las noticias”. McCombs, M., Danielian, L., Wanta, W., “Issues in the news and the public agenda: The agenda setting tradition” en Glasser, Th. L., salmon, Ch.T. *Public Opinion and the communication of consent*, 1995, 281 y ss.

<sup>44</sup> Cfr. Capítulo 3 de Neuman, N.R. *The future of the mass audience*, 1991.

<sup>45</sup> “Los medios de comunicación, siempre y de cualquier manera, dan forma a la sociedad y a la vida de las personas con las cuales entran en contacto directa o indirectamente. Esto es “lo que queda de los medios. Ellos no son jamás neutrales en lo que respecta a los valores”. Bettetini, G. Y Fumagalli, A. *Lo que queda de los medios, ideas para una ética de la comunicación*, 2001, p.18.

<sup>46</sup> Este es un tema central. Está pendiente su investigación desde la ética de las comunicaciones.

vertientes que, planteada inicialmente por Vitoria, recoge y expone Desantes<sup>47</sup>. Y a las proposiciones que a mediados del siglo XX hace la denominada Comisión Hutchins<sup>48</sup>. Ambas toman opciones semejantes: a partir de lo que la persona *naturalmente* es y de lo que es la sociedad, *descubren* el cómo deben ser las correctas relaciones entre ambas. En esta relación, la comunicación tiene un protagonismo central. Seguimos este camino.

Si la persona es el centro de la actividad informativa, es necesario acudir a ella para descubrir la adecuada coordinación entre medios, público y sociedad y su relación con el pluralismo.

### **a) En la persona está el origen del pluralismo**

Es la paradoja, el misterio de la semejanza y la diferencia como nota constitutiva del ser personal lo que da pistas para un análisis adecuado del tema.

La persona posee, por una parte, una dimensión de semejanza, de radical igualdad. De ella se deriva la afirmación de la igual valía de todos en cuanto son iguales por naturaleza.

Pero –aquí está la paradoja– la persona es también única e irrepetible. Posee libertad. Esta libertad, proyección personal del ser humano, que en cuanto ser singular se despliega con rectitud hacia su finalidad, es la que produce la desigualdad, la diferencia<sup>49</sup>.

La persona es, y en tanto tal es igual: se da una igual dignidad de todos los

<sup>47</sup>Comunidad y comunicación -dice Desantes- son “para Francisco de Vitoria un solo fenómeno natural con dos vertientes”. Y agrega, “es incomprensible el uno sin el otro; constituyen dos instituciones naturales conforme a la naturaleza humana; es decir a la manera de ser del hombre”. No cabe desglosar estas dos realidades; ambas son convergentes. Lo medular de la tesis de Vitoria, comenta Desantes, es que tanto el derecho a la comunicación como el derecho a la vida en comunidad constituyen un derecho cardinal. Ambos, se dirá, “miran al hombre como un ser social, sin poder desligarlo del hombre como ser individual”. De aquí se deduce que toda forma de incomunicación es contraria a la naturaleza y en tanto tal ilícita. Pero es injusta no sólo en tanto limita la expresión de un hombre individual. Sino lo es también porque limita y reduce el despliegue de la sociedad; cuando no hay comunicación de algún modo deja de haber comunidad. Cfr. Desantes, J.M. *Caracteres del ius communicationis en Francisco de Vitoria*, Hispania Cristiana, 1988, pp. 523 y ss.

<sup>48</sup>Siglos más tarde, en 1945, un grupo de universitarios norteamericanos preocupados por la feroz crítica que se hace al sistema de prensa entregan un aporte que aunque menos profundo tiene el mérito de introducir un tercer factor. La llamada Comisión Hutchins se plantea cuáles son las justas relaciones que deben establecerse entre los medios de comunicación, la sociedad y el público. Interesa detenerse en esta división tan singular; ¿por qué hablar de medios, público y sociedad? Cuando se habla de los medios, dice la Comisión, es necesario hablar también de aquello a quienes éstos apelan, el público. Y cuando se produce un diálogo entre medios y público, éste necesariamente tiene efectos sobre toda la sociedad y sobre las normas comunes que establecen las relaciones sociales. Cfr. Hocking, W.E., *Freedom of the Press*, 1947, reimpresso por Steinberg, Ch.S., Bluem, A.W. *Los medios de comunicación social*, 1969, p. 163 y ss.

<sup>49</sup>“Somos libres, o sea, no estamos hechos del todo; pero somos, o sea no todo lo tenemos por hacer. Para que nuestro libre hacernos sea realmente una tarea efectiva -una tarea efectiva que unos sujetos hacen- es menester que ya seamos de algún modo unos seres reales, algo en lo que ya exista un cierto haber natural; una naturaleza y, por lo tanto unas inclinaciones naturales”. Millán Puelles, A. *Sobre el hombre y la sociedad*, 1976, pp. 27-28.

hombres. Pero no está terminada, puede ser más. Es en ese despliegue de la libertad de la propia historia personal –en la cual cada persona vive su vida de un modo único– que aparece la diferencia, la desigualdad.

Habrà que afirmar por tanto, que tan natural es a las personas ser radicalmente iguales, como ser desiguales. Esta desigualdad será, en ocasiones, producto involuntario; pero la mayoría de las veces será consecuencia del ejercicio de la libertad. Porque así como la libertad –en su dimensión de naturaleza– es lo que iguala a todos los hombres en tanto todos la poseen; es el ejercicio de la libertad –en su dimensión de voluntad– lo que produce la diferencia, la desigualdad en los seres humanos<sup>50</sup>. Semejanza y desigualdad en la persona son por tanto realidades inseparables.

### **b) Pluralismo y sociedad**

Es en la sociedad donde las personas ponen en juego, con otras, esta doble dimensión de ser semejante y diverso; es en la comunidad donde cada persona enlaza su vida con la de los demás; “cuenta”, para vivir la propia vida, con la vida de otros que es diferente a la propia. No sólo en términos físicos o de intercambio de bienes y servicios; también en términos vitales y comunicacionales cuenta con la semejanza y diferencia de cada uno de aquellos con quienes convive.

En este despliegue de su libertad, los hombres siendo semejantes en lo fundamental -su ser personal- disienten sobre los medios y modos de llegar a ser más persona. Tienen un común modo de ser; pero opiniones e ideas diferentes sobre cómo concretar ese ser; discrepan en las maneras, pero tienen unidad respecto de lo que todos quieren por igual<sup>51</sup>.

Semejanza y diferencia son fuente de la comunicación. Hablo al “otro” porque me entiende en tanto es igual a mí; en tanto somos diferentes, por otra parte, la comunicación tiene interés. Supuesta una total semejanza o una radical diversidad toda comunicación sería totalmente inútil.

Desde esta óptica la diferencia es riqueza, riqueza comunicacional.

Hay que asumir una última cuestión. La relación que hay entre la libertad de la persona y la verdad.

---

<sup>50</sup> La libertad como naturaleza está determinada al bien en general; la libertad como voluntad no tiene determinación alguna a cada uno de los bienes particulares.

<sup>51</sup> “Lo que clásicamente se llama *bien común* no es la suma de los bienes particulares. Constituye un valor de más alto bordo que *da de sí* lo suficiente como para satisfacer a muchos, sin hacerse por ello abstracto y anónimo. No consiste en un simple procedimiento, (...) El bien común es humanamente trascendental, de manera que puede perfeccionar a todos y a cada uno de los miembros de una comunidad” Llano, A. *El humanismo...* op. cit. p. 97. Las cursivas son del autor.

### c) *Pluralismo, libertad y verdad*

La libertad propia del hombre no se agota -ni siquiera es- el simple despliegue de la posibilidad de elección. Desde antiguo los filósofos han recordado que el hombre elige para algo<sup>52</sup>. Toda persona –porque tiene libertad– es capaz de poner en acción esa liberación de coacciones, la “libertad de”. Pero esa libertad de pura elección se legitima cuando se ejerce para algo, la libertad que quiere un fin, una “libertad para”<sup>53</sup>. Los mismos seres que hemos nacido hombres nos hacemos –nuevamente– humanos cuando afirmamos libremente nuestro ser<sup>54</sup>. El fin del hombre es vivir bien; un vivir bien que no es el puro bienestar, sino la vida humana cumplida<sup>55</sup>. Para afirmar libremente el propio ser, es necesario, antes, conocerlo.

No se habla acá de un conocimiento solo especulativo, una vaga idea de lo que el hombre es. Nos referimos también al conocimiento práctico<sup>56</sup> que es aquel que trata de dar con el obrar justo, comprometido a “hacer la verdad”, a vivir la verdad del hombre, vivir , en definitiva, como personas.

Esta es una verdad que el hombre –en un uso aparente de su libertad– puede desconocer<sup>57</sup>. El hombre puede engañarse respecto de sí mismo pensando que es más o es menos de lo que verdaderamente es. Esta inadecuación de la persona respecto de la verdad sobre sí misma, la puede llevar a vivir –o a proponer vivir por la vía de la opinión– lo que el hombre *no es*. Estas acciones o afirmaciones no serán ya manifestación de una *verdadera* diferencia, manifestación de libertad. Cuando la libertad se separa de la verdad sobre el hombre y su finalidad y se hace autónoma no es ya más libertad; sino falta de libertad y por tanto error o falsedad. Esto nos lleva al tema de la tolerancia.

### d) *Pluralismo y tolerancia*

Se suele plantear que el tolerante es aquella persona carente de toda convicción,

<sup>52</sup> “Todo arte, toda investigación y del mismo modo toda acción y toda decisión deliberada parece aspirar a un cierto bien. Por ello se ha declarado con razón que el bien es aquello a lo que todas las cosas aspiran”. Aristóteles, *Ética a Nicómaco*, 1094 1-3.

<sup>53</sup> Este concepto de libertad *de* y libertad *para* aparece desarrollado en Llano, C. *Las formas actuales de la libertad*, 1990. p. 79 y ss.

<sup>54</sup> “Los mismos seres que hemos nacido hombres nos hacemos -en otro nivel- humanos cuando afirmamos libremente nuestro ser” Millán Puelles, A. *La libre afirmación... op. cit.* p. 35-36.

<sup>55</sup> “Aristóteles dice que el fin del hombre es vivir bien. El vivir bien no es el bienestar sino la vida cumplida”. Millán Puelles, A. *Op. cit.* p. 172-73.

<sup>56</sup> “Quien obedece a la verdad realiza la *verdad práctica*. Rehabilitar, como se viene haciendo, este concepto aristotélico implica superar la escisión entre sujeto y objeto, entre individuo y comunidad, entre lo privado y lo público...” Llano, A. *El humanismo...* op. cit. p. 200. Las cursivas son del autor.

<sup>57</sup> Idem.

que no afirma ni niega nada, esencialmente abierta a todo, que nada propone y nada rechaza. Una persona “sin verdad”, sólo con “verdades”<sup>58</sup>.

La tolerancia presupone que la persona posea convicciones firmes, sea capaz de distinguir verdad de error o falsedad; conozca el bien. Aún más, la tolerancia supone una cercanía e interés por “el otro”, por el que piensa o actúa diferente. Sólo puede ser tolerante aquella persona que sabe verdaderamente -de nuevo en sentido radical- lo que una persona es; que distingue la esencial semejanza de la diferencia producto de la libertad. Y que por esto mismo tolera la diferencia en cuanto estas acciones u opiniones diferentes no niegan lo que la persona, naturalmente, es.

Porque la tolerancia se dice siempre respecto de un mal, “lo bueno no es tolerado, sino positivamente querido o amado, y un mal es tolerable únicamente en su calidad de mal menor”<sup>59</sup>.

De esta misma argumentación sobre la tolerancia se puede concluir que ella es necesariamente limitada, que no todo es tolerable, que hay un límite, pasado el cual, hay acciones u opiniones intolerables. Vigo lo expresa con claridad, y con un ejemplo cercano a nuestra profesión, cuando afirma que quien justifica la tolerancia hacia quienes manifiesten opiniones que pueden afectar negativamente los intereses de otras personas, argumentando el derecho de la libertad de expresión de las primeras, “está asumiendo al mismo tiempo que *ceteris paribus*, resulta intolerable la supresión del derecho a la libertad de expresión o la limitación indebida de su ejercicio en este tipo de casos”<sup>60</sup>.

La tolerancia se apoya en la semejanza; ve en “el otro” una persona radicalmente igual y en tanto tal, merecedora de respeto. La tolerancia se apoya también en la diferencia al aceptar un modo de ser que, aunque negativo, no atenta radicalmente contra la semejanza. Si esto llegara a suceder, el respeto por el otro se mantiene coexistiendo con una justa intolerancia.

Esta actitud de respeto y justa tolerancia sólo puede ejercerla quien posea convicciones firmes. Tanto un relativismo moderado<sup>61</sup> como un escepticismo total son, en definitiva, posturas de radical indiferencia respecto de las personas<sup>62</sup>.

<sup>58</sup> “...en el actual debate público se manifiesta reiteradamente la errónea creencia de que el único fundamento posible para una actitud de tolerancia racionalmente justificable consistiría en la adhesión a una posición no cognitivista o radicalmente escéptica respecto de la naturaleza del bien. Se afirma así frecuentemente que quien cree estar en posesión de algún tipo de creencia verdadera en materias relevantes estaría, por eso mismo, en las peores condiciones para cultivar una actitud de tolerancia y quedaría expuesto desde el comienzo a la tentación de adherir a posiciones totalitarias o de deslizarse hacia el fanatismo”. Vigo, A. “Liberalismo, Tolerancia y Bien”. *El Mercurio*, 1 agosto 1999.

<sup>59</sup> Millán Puelles, A. *La libre...* Op. cit., p. 383.

<sup>60</sup> Vigo, A. “Liberalismo, Tolerancia y Bien”. *El Mercurio*, 1 agosto 1999.

<sup>61</sup> “El relativismo hace trivial el pluralismo y tiende a eliminarlo” Llano, A. *El humanismo...* Op. cit., p. 204. Del mismo modo podríamos decir que el relativismo hace también trivial la tolerancia.

<sup>62</sup> La tolerancia no es *laissez faire*. “Dejar a otros en un error es intolerable, por lo menos si el error se considera como un mal (...) la tolerancia no es indiferencia hacia el mal”. Pasqua, H. *Opinión y verdad*, 1991, p. 151-2.

#### IV. EL PLURALISMO INFORMATIVO COMO RIQUEZA SOCIAL

Si el pluralismo tiene su origen en la semejanza, la diferencia y el despliegue de la libertad de la persona en busca de la verdad, podemos afirmar que el pluralismo informativo ilumina la pluralidad de la sociedad, mostrándola como manifestación de riqueza; y como tal, también de libertad y -aunque suene paradójico a oídos contemporáneos- también de verdad.

Lo que supone que el informador, lejos de evadir, ocultar o consensuar la diferencia entre las personas, por temor al eventual conflicto y quiebra social, la propone socialmente sabiendo que en tanto es riqueza, reforzará los lazos sociales en lugar de destruirlos. La comunicación sobre la diferencia de las personas, -en el contexto de la semejanza, la libertad y la verdad- se constituye en lazo social.

En un pluralismo informativo así planteado, los medios de comunicación dejan de ser simples legitimadores automáticos, irreflexivos y neutros de las acciones y opiniones que muestran la diferencia de las personas. Al informar de la pluralidad de la sociedad en tanto riqueza, los medios superan la objetividad entendida como pura neutralidad. Al hacerlo, descubren nuevas rutinas informativas para dar cuenta de la riqueza de la pluralidad; nuevas rutinas, también, para mostrar lo intolerable de ciertas diferencias.

La información pluralista bien entendida, evita dos modos de mirar a la persona que son igualmente parciales. Uno de ellos resalta en exceso su dimensión de semejanza de modo tal que toda diferencia se presenta como algo negativo que debe ser limado, pulido, o -en términos informativos- escamoteado, silenciado, ocultado. La diferencia de las personas pasa a ser socialmente peligrosa, explosiva. La normalidad es en cambio, tranquilizadora. Desde esta mirada el héroe, el creativo, el inventor, el santo son personalidades sospechosas que hay que “normalizar” desde los medios<sup>63</sup>, con las cuales, incluso, es preferible no dialogar. Es la postura que afirma que sólo algunas voces tienen derecho a hablar, aquellas que no amenazan el *statu quo*.

La postura contraria exalta la diferencia, la desigualdad a costa de la semejanza. Cuando cada persona es radicalmente diferente, la vida se vive para sí mismo, lo social es poco apreciado, la comunicación con “el otro” es inútil, sólo vale la propia opinión, la propia vida. En términos informativos esta postura da a conocer todas las voces diferentes sin hacer que entren verdaderamente en diálogo; todos hablan, nadie oye. Se abren los medios a todas las desigualdades posibles con el riesgo de dar espacio a lo intolerable solamente en su calidad de diferente.

Desde ambas posturas “el otro” pasa a ser alguien temible u objeto de indiferencia, la sociedad se diluye en una organización puramente formal, el conflicto se constituye en una amenaza permanente. Se silencian temas, actores o grupos de la sociedad. Los

---

<sup>63</sup> Cfr. Innerarity, D. *Libertad como pasión*, Cap. II, 1992.

norteamericanos, con su habitual honestidad, han acuñado un término para esta situación. Sólo llega a los medios lo “políticamente correcto”.

Si, en cambio, por pluralismo informativo entendemos que la pluralidad de la sociedad esté presente en los medios, y que esté presente con su carácter propio de manifestación de riqueza personal y de libertad que ratifica al ser humano, resulta que la búsqueda del pluralismo no puede ser solamente reactiva. No es suficiente corregir el sistema de propiedad de los medios, el acceso a ellos, la organización interna. Ni siquiera basta ampliar la selección de temas para incluir a las minorías. No se logra el pluralismo por la simple omisión del propio *bias*, ni siquiera por un honesto y equilibrado uso de fuentes.

El pluralismo informativo exige proactividad, este término tan de moda. Exige retomar esos fundamentos sobre los cuales se construyó el sistema informativo -la libertad y la verdad- con toda exigibilidad ética que plantean. Y desplegarlos teniendo en cuenta que los medios hoy legitiman esa pluralidad informada. Que hacen cultura, que en más de una ocasión son la cultura.

No basta pedir a los medios el mínimo de no ser disfuncionales a la sociedad<sup>64</sup>, pedirles estas “características cívicas” de las que hablamos al inicio. En términos éticos hoy se les debe exigir que asuman una renovada responsabilidad que no se agote en la pura libertad de expresión y en la verdad entendida como simple objetividad.

Si el fundamento de la acción informativa pluralista es la riqueza de la semejanza y diferencia de las personas en la sociedad, un recto ejercicio profesional buscará lograr esa finalidad a través de una libertad finalista y una verdad que no se quede en la teoría sino que sea práctica, una verdad “para” la acción. Este tipo de pluralismo informativo lleva lejos.

El apostar por la verdad significa alejarse del relativismo. Si todos somos semejantes, podemos afirmar con tranquilidad que todos queremos igualmente la verdad.

El aceptar pasar de la verdad como simple adecuación -la verdad lógica- a la verdad práctica -aquella adecuación que permite elegir la mejor de las acciones posibles- obliga a dejar la neutralidad y a redefinir la objetividad periodística.

El apostar por la libertad finalista -la “libertad para”- nos lleva a afirmar que hay que evaluar de un modo diferente las distintas voces de la sociedad. Supone replantearse el rol de las fuentes en la información. Exige, también, volver a pensar en la libertad del periodista.

Finalmente, este es un tipo de pluralismo informativo que cuenta con la solidaridad -esa capacidad de completar, de ayudar al otro- como exige también una oposición que no sea solo una aplicación mecánica del *adversory role*. Una oposición que acerque a la verdad y amplíe el campo de la libertad.

---

<sup>64</sup> Esta exigencia mínima sí se puede plantear -de hecho se hace- desde el Derecho. La disfuncionalidad social de los medios suele estar prevista en las legislaciones y a través de instituciones que velan por las conductas mediales.

Algunos elementos que cooperan a lograr un verdadero pluralismo informativo:

### 1.- *Mostrar la pluralidad como riqueza*

a) mostrar la riqueza de la pluralidad será, en primer término, administrar adecuadamente el debate periodístico, fórmula clásica de pluralismo informativo, que tiene su origen en el diálogo. El verdadero diálogo -y por tanto el debate propiamente pluralista- tiene ciertas características: la desigualdad en las ideas y opiniones<sup>65</sup>; la racionalidad por encima del simple choque de pasiones<sup>66</sup>; que en él, el interés en manifestar la propia idea sea tan alto como en recibir la ajena<sup>67</sup>; el que sea necesariamente limitado<sup>68</sup>; que sea consciente de que no siempre llegará a la verdad<sup>69</sup>. La libertad en el diálogo es sólo una condición; su finalidad es la verdad y el bien (que vienen a ser lo mismo). El buen diálogo, así como un debate periodístico bien hecho, exige la retórica<sup>70</sup>. Un debate ético lleva a evitar todo tipo de pseudodebates<sup>71</sup>.

b) pero mostrar la riqueza de la diversidad será, además, descubrir nuevos modos de informar sobre la diferencia de las personas, que permitan el despliegue de las diferencias sin entrar, necesariamente, en debate sobre ellas<sup>72</sup>. Supondrá dejar de lado esa gastada rutina que muestra siempre anverso y reverso para, en cambio, mostrar la

<sup>65</sup> Es imposible la igualdad matemática que pretende el *balance*. Cada idea tiene una fuerza, un peso, una capacidad de convicción diferente. Lo que siempre es exigible es la honestidad del informador y de la fuente.

<sup>66</sup> "...es preciso aducir los argumentos con base en los cuales el propósito defendido no se presenta como una apetencia, sino que tiene relevancia social (...) la discusión abierta y rigurosa puede mostrar qué posturas previas son irracionales y cuáles son razonables". Llano, A. *El humanismo...* Op. cit., p. 72.

<sup>67</sup> De lo contrario el diálogo amenaza con convertirse en dos monólogos.

<sup>68</sup> Los debates son limitados. No sólo en el tiempo y la temática. Deben ser limitados si queremos con el debate avanzar hacia la verdad.

<sup>69</sup> Éste es quizá un punto crucial del debate periodístico (y pienso que se puede afirmar de todo diálogo humano). Un debate no llega a la verdad, en el sentido radical de la expresión. Un debate no finaliza, queda abierto, a nuevos debates, Y también queda -debe quedar- abierto al error. "Quien busca la verdad no pretende seguridades. Todo lo contrario; intenta hacer vulnerable lo ya sabido, pues aspira siempre a saber más y mejor, mientras se goza en las posibles falsaciones de sus teorías". Agrega que -paradójicamente- esa apertura al riesgo hace invulnerable a la persona "porque ya no están en juego sus menudos intereses, sino la patencia de la realidad". *El humanismo...* Op. cit., p. 198. Es interesante al respecto el análisis que hace Llano de lo que denomina el *paradigma de la certeza*, versus el *paradigma del error* en p. 55 y ss.

<sup>70</sup> Aristóteles. Dos citas vienen bien a este punto: "vosotros pensáis que sólo hay que preocuparse de las cosas en cuanto se puede hablar de ellas causando impresión y precisamente por eso sois vosotros incapaces de diálogo, habláis pero no conversáis" y "no se puede separar una cosa de la otra; el lenguaje que se emancipa del objeto es por eso, necesariamente, un lenguaje sin destinatario".

<sup>71</sup> Un debate puede fracasar porque se usa falsamente del pluralismo informativo; porque se plantean como pseudo debates que facilitan consensos sabiendo que éstos no existen en la realidad; porque acallan el conflicto cubriéndolo con verdades oficiales; recurren al eufemismo que esconde las asperezas de la realidad; proponen como verdades temas no llevados a debate; porque apelan a la frivolidad argumental. Falso debate es también avalar opiniones con cifras o porcentajes, presentar tendencias estadísticas con carácter de hechos incontrastables; argumentar la veracidad de una opinión citando casos personales, etc.

<sup>72</sup> Hoy en día la rutina del *adversory role* se ha llevado del inicial campo político-gubernamental, a todas las esferas de la vida humana. Pareciera que el correcto modo de hacer periodismo es llevar toda acción, institución u opinión a juicio público. Parecería que a las personas y a las instituciones les corresponde probar su inocencia; y que el periodista tiene derecho a ponerla en duda *a priori*. Lo justo es hacerlo al revés.

diversidad de una determinada acción u opinión en sí misma<sup>73</sup>. Al iluminar desde la prensa una realidad, permitiéndole desplegarse con espacio y tiempo, de modo que una acción pueda mostrar y una opinión expresar con riqueza su diversidad, se está haciendo verdaderamente periodismo pluralista<sup>74</sup>.

## 2.- *El pluralismo como apertura a la verdad, a la realidad*

El periodista, al mostrar la diversidad permite al público abrirse a la verdad, a la realidad; capacidad informativa por la cual cualquier información sobre la diversidad remite a lo que la persona es en su radical semejanza y, al mismo tiempo, en su ser único. Supone alejarse de un mero mostrar la diversidad como excentricidad o -más falso- como “obligatoria semejanza”. Esto se logra por varias vías.

a) El primer desafío es lograr informar de la diversidad sin llevar al público a la falsa deducción que toda diversidad tiene un mismo valor<sup>75</sup>. El pluralismo informativo permite que el público descubra -en la variedad de proposiciones vitales- aquellas más cercanas a la persona en cuanto semejante, así como aquellas más adecuadas a la vida única de cada persona en cuanto individual<sup>76</sup>. Le permite descubrir, asimismo, la diversidad inauténtica.

b) Este modo de ver al pluralismo informativo propone dar un paso más allá de la verdad como adecuación (la verdad lógica), hacia la verdad práctica, aquella adecuación que permite elegir la mejor de las acciones posibles, el antiguo tema de lo justo, lo injusto y lo posible.

c) Es necesario repensar la objetividad. La objetividad será esa “actitud” de la que habla Desantes por la cual el periodista se esfuerza en silenciar su propio mundo interior para adecuarse al máximo a la realidad. Esa adecuación a la realidad que, en el caso de la diversidad, exige una empatía mayor, un “querer conocer antes de conocer” que posibilite al periodista a adecuarse a una realidad que no sólo es desconocida y lejana sino además, *vitalmente ajena* a él.

---

<sup>73</sup>La Comisión Hutchins dice algo muy interesante: las ideas nuevas –lo mismo sucede con las nuevas realidades– requieren más espacio y tiempo comunicacional. Hay que vencer la inercia del *statu quo*.

<sup>74</sup>Siempre se piensa que tanto la fórmula de debate tradicional como esta otra opción de mostrar a fondo una sola realidad requieren amplio tiempo y espacio medial, tiempo que el público no posee. Una vez más, desde el buen ejercicio profesional, se propone una solución. Las noticias breves, que sintéticamente llegan con profundidad a lo medular y son capaces de mostrar la diversidad en poco espacio y hacer pensar al público.

<sup>75</sup>Si el pluralismo es esa dimensión social por la cual las personas, en el despliegue de su libertad, eligen modos propios para vivir como personas, habrá que aceptar que la valoración de esos modos no es indiferente: cada persona se juega, ni más ni menos, que el modo de vivir su vida. Por tanto es indispensable aceptar que estos modos pueden ser valorados tanto desde –y esto es lo crucial– la diferencia como la semejanza. Desde esta perspectiva, los diferentes modos de vivir *no valen* lo mismo.

<sup>76</sup>“las mujeres y los hombres son capaces de conocer en cierta medida qué es lo bueno y lo mejor para la sociedad en la que viven” Llano, A. *El humanismo...* Op. cit., p. 25.

La objetividad supone “la prevalencia de la realidad”<sup>77</sup>; pero esta “realidad” en la información sobre la diversidad social es especialmente ardua; más difícil de conseguir que la objetividad respecto del mundo creado. Para dar cuenta de esas *realidades culturales*, al periodista se le pide un esfuerzo mayor. Es aquí donde se requiere esa “inaudita actividad” de la que es capaz el hombre. Sólo así objetividad y verdad se engarzan. La realidad a la que el periodista quiere adecuarse -*manifestada* en esa *diversidad*- es la realidad de lo semejante de la persona y su dignidad; la manifestación de su libertad y la dimensión social que esa diversidad posee. Esta es la verdad de la diversidad, esta es su *realidad*.

d) Un pluralismo abierto a la verdad valora en mucho la opinión y el mundo de las ideas. Hay que abandonar el temor a la opinión. Es una fuerza social que provoca el cambio, es manifestación de la riqueza de la persona. Sin opiniones e ideas, los hechos terminarían por ser siempre iguales, la vida social se estancaría. La opinión no es verdad pero lleva a ella. Es indispensable recuperar el valor de la opinión y sacarla del reducto de las páginas editoriales para llevarla a la totalidad del medio. La opinión es un modo concreto de *hacer* cultura.

e) La información pluralista abierta a la verdad exige una nueva capacidad de lenguaje. Es indispensable recuperar la verosimilitud y la retórica<sup>78</sup>. “Para tiempos nuevos son necesarias, si no palabras nuevas, al menos un nuevo ordenamiento de palabras”.<sup>79</sup>

### 3.- *El pluralismo, expresión de verdadera libertad*

a) El pluralismo informativo remite siempre a la recta libertad humana, una libertad que hace un uso justo o injusto de sí misma. Si se quiere lograr un verdadero pluralismo informativo será necesario, al mostrar la diversidad, distinguir determinadas acciones que poseen solo una “libertad de”, una pura liberación, de otras que -tras la liberación- presentan un proyecto, tienen una finalidad. Hay que decirle claramente al público que “la libertad incluye -para bien y para mal- el peligro de la deshumanización”<sup>80</sup>.

b) La cuestión de la libertad se aplica también a las fuentes. Hoy no es aceptable la inclusión de una fuente en los medios solamente aduciendo la libertad de expresión. Es necesario evaluar las distintas voces de la sociedad de modo que las personas que hablen desplieguen, de modo real, libertad. Los medios debieran ser capaces de convocar esas voces que conviene oír, esas “personas que están centradas en una única finalidad, pero que al mismo tiempo permanecen atentas a todos los que las rodean (...), que viven a fondo el *carpe diem*, la libre intensidad de la hora presente (...), (que

<sup>77</sup> Desantes, J.M. *La verdad en la información*, 1976, p. 41.

<sup>78</sup> “La dimensión retórica (...) no consiste en presentar lo falso como cierto, sino en mostrar como verosímil lo que se estima prácticamente verdadero, es decir, justo”. Llano, A. *El humanismo...* Op. cit., p. 72.

<sup>79</sup> Camus, A. *Moral y política*, 1950, p. 23.

<sup>80</sup> Llano, A. *El humanismo...* Op. cit., p. 11.

trasmiten a toda una sociedad “la no comprada gracia de la vida” (...), que tienen la capacidad de hacer mucho con poco (...), de convertir incluso las dificultades en oportunidades de acción”<sup>81</sup>.

c) Parece indispensable pensar de modo nuevo la libertad en la empresa periodística. No sólo su libertad y autonomía en relación a las presiones externas o a su organización interna y la definición de roles. Lo verdaderamente urgente es volver a definir líneas editoriales. Estas son el modo real de superar una serie de conflictos sin salida en el interior de la empresa informativa y las salas de redacción.

d) La información pluralista exige, finalmente, conocer qué es la tolerancia. Las personas, en el ejercicio de su libertad, no siempre ratifican lo que ellas son al proponerse como diferentes; esta es una diferencia que en sí misma no es riqueza sino carencia de humanidad. La apertura a la verdad exige dar a conocer acciones u opiniones intolerables en cuanto tales<sup>82</sup>.

#### ***4.- Un pluralismo informativo exige solidaridad y oposición al periodista***

a) Este tipo de pluralismo informativo exige la presencia tanto de la solidaridad como de la oposición. Pide una solidaridad, entendida como esa capacidad de completar, de ayudar al otro más allá de la mera justicia. No siempre los grupos, instituciones o personas son capaces de explicar su propia diferencia: les faltan argumentos, o tiene una voz minoritaria y débil. Al periodista le corresponde -si quiere de verdad ser pluralista- completar lo que falta<sup>83</sup>.

b) El verdadero pluralismo informativo exige también oposición. Una oposición que no sea una aplicación mecánica del *adversory role*. Una oposición prudente, esto es, adecuada a cada debate, al tipo de argumento. Una oposición hecha con valentía, y que acerque a la verdad.

Para cerrar, dos ideas: La información pluralista exige un periodista que trabaje en “primera persona del singular”.

Hasta ahora hemos hablado, eufemísticamente, de los medios. Sin embargo sabemos que el pluralismo está en manos de cada periodista. Hay determinados sistemas de propiedad, organización de trabajo, etc, que parecen proporcionar las condiciones necesarias para el despliegue del pluralismo informativo. Pero sin la acción decidida de cada periodista, éste no llega de modo automático.

Es el informador quien debe producir las nuevas rutinas, administrar el debate,

<sup>81</sup> Llano, A. *El humanismo...* Op. cit., p. 90.

<sup>82</sup> Hay antiguas rutinas desarrolladas con éxito por el periodismo policial y económico que son aplicables a esta situación.

<sup>83</sup> Esto lo puede hacer tanto por la vía de buscar otras fuentes que completen la idea, como a través de las aclaraciones que el propio informador haga.

proporcionar los argumentos donde estos faltan, dar cuenta de las minorías que no tienen fuerzas para aparecer en los medios, aclarar, presentar, elevar el plano del debate a un nivel racional, evadir los estereotipos, eslóganes, etiquetas.

No es fácil el trabajo de dar cuenta del pluralismo social. Exige estudiar el modo de entender el sistema social para explicarlo adecuadamente, ser capaz de llegar a los fundamentos, sopesar los argumentos, evaluar las opiniones, descubrir nuevas voces. Quizá lo más difícil: tener la fortaleza de llamar intolerable a lo que lo es.

La información pluralista producirá una cultura y una sociedad pluralista.

El verdadero pluralismo informativo supone asumir con responsabilidad que la cultura es -en parte- “lo que queda de los medios”. No sólo por el poder legitimador que poseen sino, además, porque todo diálogo social no es sólo una conversación entre dos. Cuando hablan es la sociedad entera la que se involucra en ese diálogo.

El gran peligro de los medios al dar cuenta de la pluralidad social, es hacer un tipo de información que se quede en una mera “cultura pluralista de consumo” que se limite a ofrecer la enorme variedad de la sociedad como un simple producto, como moda, como *statu quo*, o -peor aún- como puro conflicto.

Ha de proponer un tipo de noticia verdaderamente pluralista que produzca una cultura abierta a la verdad y la libertad, que aprecie la diversidad de las personas como riqueza, movilice el intelecto y la voluntad.