

COMUNICACIÓN MEDIADA

Democracia, Pluralismo y Dignidad de las personas

2012

PREFACIO

El informe a continuación es una investigación bibliográfica sobre los valores de democracia, pluralismo y dignidad de las personas, a partir de la Comunicación: cómo se comunican dichos valores, quiénes concurren en este proceso y cuáles son las bases político- culturales que lo sustentan.

Este trabajo fue realizado por Claudio Avendaño¹ y contiene una revisión bibliográfica de diversos autores del ámbito de las ciencias de la comunicación y afines, en una perspectiva histórica. También se revisa la institucionalidad de los valores identificados en relación a los medios de comunicación y los derechos a la información, de acuerdo a los tratados internacionales.

.....

María Dolores Souza

Jefa Departamento de Estudios

¹ Licenciado en Sociología, Universidad de Chile. Doctorando en Periodismo y Ciencias de la Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona. Es Co-editor de la Revista Comunicar (Publicación ISI en Comunicación y Educación. Profesor de la escuela de Periodismo en la Universidad Diego Portales y profesor de Sociología y de Sociología de la Comunicación en la facultad de Ciencias Sociales de la misma universidad.

Introducción

El presente texto está dividido en dos partes, lo que obedece a la “naturaleza” de los temas tratados, específicamente al tipo y actores del debate que se observa en el respectivo campo. Así, un primer apartado es democracia y pluralismo, un área en que se presentan -a modo general- los distintos ámbitos de reflexión que comprenden en primer lugar, las transformaciones tecnológicas que han derivado en distintos tipos y gramáticas de comunicación y en segundo lugar, las diversas posturas y debates en el campo más amplio de la Comunicación Política, lo que significa importar distintos conceptos y líneas de investigación.

Un segundo apartado se refiere a la dignidad en las personas: en este caso hay tres espacios en los que se plantean posiciones: en primer lugar las características propias de la comunicación mediada que, por un lado tienden a simplificar sus propuestas para llegar a un público “masivo” y, por otra parte, las demandas de grupos y colectivos que buscan influir en las formas y contenidos de representación. En segundo lugar, las posturas derivadas por de los colegios profesionales y asociaciones mediales que se explicitan en los códigos de ética. Finalmente, las distintas generaciones de Derechos Humanos que dan cuenta de lo “merecido” de las personas, es decir, su dignidad.

En términos más amplios, este trabajo asume que hay implícito en todos los debates y posiciones al menos tres elementos: en primer lugar las características específicas de los medios en diferentes estadios de desarrollo; en segundo lugar el contexto sociopolítico y cultural en que se realizan las prácticas comunicativas y, por último, lo que Hallin y Mancini (2008) llaman los sistemas mediáticos. Estos tres factores dan un carácter “histórico” a las arquitecturas conceptuales que se presentan y requieren, por lo tanto, son re-definidas y significadas en cada momento y lugar.

Democracia y pluralismo

La emergencia de la modernidad implica la creación a de nuevas instituciones sociales con capacidades agenciativas nuevas hasta ese momento. Tal es el caso de los medios de comunicación de masas que se desplegaron especialmente en el siglo XIX, aunque su mayor cobertura fue durante el siglo XX, especialmente por la aparición de los medios electrónicos (televisión y radio) y antes el cine y la prensa de masas.

Para Thompson (2005) estos medios cambiaron las coordenadas de la comunicación cara a cara, generando nuevas interacciones que se fundamentaron en el desanclaje del tiempo y el espacio tradicionales, tal como se conocía en las prácticas de comunicación interpersonal. Así se comienza a disponer de propuestas de significación surgidas en contextos distintos a la vida cotidiana de los sujetos.

Sin embargo, estas innovaciones surgen en un momento histórico y en un contexto en el cual tiene sentido la comunicación de masas. Cabe entonces, preguntar ¿Qué sentido tienen para la sociedad urbano-individual los medios masivos? Para el hombre y la sociedad moderna la capacidad de construir y construir-se forman parte constitutiva de las nuevas condiciones societales. Cabe esperar que los individuos y los sistemas de convivencia social se desprendan de sus propias decisiones y reflexiones (y no en la tradición), basadas en la razón y la ciencia. En este proceso de proyectarse social y subjetivamente, se requiere comprender no solo el entorno inmediato, sino también el amplio y dinámico contexto que comienza a desarrollarse por las nuevas condiciones de producción. Y en este sentido la información es fundamental para elaborar los escenarios posibles a partir de los cuales se plantean los proyectos personales y sociales. Así los medios masivos vehiculan información variada (en un comienzo política y comercial), desterritorializada y con un fuerte énfasis en lo actual, cuya expresión modelística es la noticia. Un ejemplo de lo anterior es El Mercurio que surge en la ciudad con mayor actividad comercial y de carácter cosmopolita de la tercera década del siglo antepasado.

En consecuencia, la información adquiere una importancia central en la toma de decisiones en sujetos que, como señaló Kant, deberían transitar desde niños a adultos, es decir, transformarse en arquitectos de sus vidas.

Posteriormente con la industrialización del cine a comienzos del siglo XX y luego con la instalación de la radio, televisión y la industria editorial, comienza a aceptarse la entretención como ejes de la producción mediática más allá de lo periodístico. Este

proceso implica, además, su masificación y colonización simbólica en los ámbitos ciudadanos.

Los medios masivos obviamente amplían los espacios de circulación de información y hacen accesible a amplios sectores sociales, acontecimientos que en épocas anteriores eran de conocimiento de grupos minoritarios y con poder económico y político. El desarrollo de las tecnologías de comunicación electrónicas y una industria de la prensa y editorial masivas, facilitan el debate de ideas y la posibilidad de que existan más grupos y colectivos sociales que puedan expresar sus puntos de vista.

Sin embargo, el *locus* de los medios masivos en la sociedad tiene distintas aproximaciones,.

Durante la década de 1930, Adorno y Horkheimer (1988) plantean sus críticas a esta emergente industria cultural, básicamente porque implicaba, por un lado, una homogenización de los contenidos lo que generaba una descomplejización de los “mensajes”; por otro lado, la constitución de mecanismos de control social y transmisión ideológica desde los grupos dominantes. Así ya a mediados del siglo XX se plantean los medios de comunicación como actores sociales, es decir, portadores de una visión de mundo que busca hegemonizar y legitimar social y culturalmente cierto “orden social”.

Por otra parte, Habermas (2011) elabora una concepción de la opinión pública que tiene como uno sus ejes históricos a la prensa, así como también las conversaciones en espacios públicos - cafés y tertulias- especialmente con el surgimiento de la burguesía como grupo hegemónico a fines del siglo XVII y comienzos del XVIII. La “esfera pública burguesa” era el espacio en el que racionalmente se discutían los temas públicos que eran de interés de la polis. La “publicidad” de los asuntos públicos constituye un eje básico de la vida política y, por tanto, del funcionamiento de la democracia, especialmente válida durante los siglos XIX y XX.

Si bien la propuesta de Habermas ha generado un debate y abre una línea de trabajo en comunicación mediada, opinión pública y democracia, ha sido objeto de un amplio y fructífero debate crítico. Afectos de este trabajo se pueden señalar dos aspectos críticos relevantes, en primer lugar, que se limita el análisis a un grupo específico, en este caso la burguesía y no se aborda el papel desempeñado por otros actores sociales subalternos como los movimientos sociales y, especialmente los grupos obreros organizados; en segundo lugar, que la investigación en comunicación desde la década del cuarenta del siglo XX ha puesto en cuestión el carácter omnipotente de los mensajes masivos, ya que

los sujetos y sus grupalidades pueden re-significar las propuestas mediáticas, interpretando en dirección distinta el sentido propuesto. Hasta acá llegué.

Tal como indicamos, la introducción de los medios masivos a nivel micro y macro impuso un debate sobre las maneras de regular el sector. En Estados Unidos durante la primera mitad del siglo XX el cine y antes la prensa habían planteado el mecanismo de la autorregulación y la libertad de expresión, como ejes de la Política Pública de Comunicación. Se fundamenta en la doctrina de la “libre circulación de la información” que termina por legitimarse en y desde los Estados Unidos después de la Segunda Guerra Mundial. En términos resumidos plantea que los medios masivos son un eje central de la vida democrática y que no deben tener ningún tipo de limitación administrativa que menoscabe la libertad de expresión, cuestión ya planteada a nivel constitucional. La independencia de los medios masivos del estado garantizaría que la información - especialmente las noticias - circularan en función de los intereses de los ciudadanos. El modelo económico de funcionamiento de los medios depende básicamente de los aportes publicitarios y la medida del “éxito” mediático es la métrica de ejemplares impresos (prensa), rating (TV), taquilla (cine). Es un modelo claramente liberal y de base comercial que se distingue al modelo soviético de control estatal, especialmente en las décadas de la guerra fría.

Esta forma de entender el papel de los medios masivos en la vida democrática, contrasta no solo con el desarrollado en la URSS, sino también en el implementado por las Sociedades de Bienestar de orientación socialdemócrata en Europa. En este caso se considera a los medios como bienes públicos, es decir, son parte del patrimonio simbólico-cultural de la propia ciudadanía y, por tanto, deben responder a dinámicas que privilegian el bien común, el pluralismo, la participación y la diversidad de “voces” presente en los medios masivos. Así también se considera que constituyen una agencia de socialización que debe contribuir a la formación de los sujetos y al enriquecimiento de los valores culturales de cada sociedad. El sistema de funcionamiento varía en cada país, combinando de diversa manera los aportes del estado, publicidad y los propios ciudadanos. Esto implica que el control sobre los medios y los mecanismos de regulación operan desde la propia organización político-social que, a su vez, la misma sociedad ha generado democráticamente, en otras palabras vía democracia representativa.

Los distintos modelos perfilados desde mediados del siglo XX sobre los medios de comunicación masivos (uno a muchos), responden de manera relevante a una concepción

de la comunicación mediada como actor fundamental de la democracia y la vida política de la sociedad.

No obstante, los debates sobre las relaciones entre fortalecimiento de la democracia y comunicación se sigue planteando, en la medida que históricamente los medios masivos alcanzan mayor relevancia en la vida política y social. Así durante la década del setenta, la UNESCO forma una comisión liderada por el irlandés Sean MacBride que propone la necesidad de que los estados generen sus propias Políticas Públicas de Comunicación para incrementar el pluralismo y la diversidad de contenidos. Las propuestas de “Un mundo, voces múltiples” (1980) generan una discusión entre aquellos grupos y países que fundamentan sus modelos de comunicación en la “libre circulación de la información” y los que, desde otro lugar, asignan al estado la responsabilidad central de generar un espacio mediático con mayor pluralidad de actores y amplitud de líneas editoriales como factores no solo de mayor democratización, sino también de orientación de los sistemas comunicación al desarrollo de los países, desde esta perspectiva los medios masivos como agentes de cambio social mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.

Veamos dos aspectos básicos de la relación entre democracia y comunicación mediada, según el informe MacBride:

Respecto a pluralismo, “...todos los países adopten medidas para el incremento de las fuentes de información que necesiten los ciudadanos en su vida diaria.” (1980:234-235)

Así establece diferencias entre pluralismo (distintos jugadores mediáticos) y diversidad de contenidos. Esta distinción permite plantear que no necesariamente a mayor pluralismo se genere mayor diversidad y, por otro lado, puede existir escaso pluralismo pero amplia diversidad. En relación a diversidad,

“...la elección en el contenido de la comunicación son una condición necesaria para la participación democrática. Todos los individuos y grupos particulares estarán en posibilidad de formarse juicios sobre la base de una información plena y una diversidad de mensajes y opiniones, y tener la posibilidad de compartir estas ideas con otros. (1980: 237).

Las propuestas del Informe MacBride visibilizaron el perfilamiento de las distintas posiciones respecto a comunicación, democracia y pluralismo que, finalmente, concluye

con la auto-marginación de los países que planteaban la tesis de la “libre circulación de la información” de la UNESCO. Situación que solo se comienza a recomponer a principios de la década del noventa.

En todo caso los planteamientos sobre la pertinencia de generar Políticas Públicas de Comunicación alcanzarían el estatus suficiente para animar no solo los debates académicos sino también los programas políticos, tal como lo demuestran los diversos informes de la década de los ochenta (Baltra, L. 2012) en el ámbito nacional y que continúan hasta nuestros días.

No obstante, desde la década del ochenta e incipientemente desde fines de los sesenta se producen innovaciones tecnológicas que finalmente desembarcan en Internet. Estas transformaciones no solo implican cambios en los dispositivos de comunicación sino que se traducen en modificaciones en el modelo industrial de comunicación, desplazando desde un tipo lineal y unilateral (un medio a muchos receptores) hacia un tipo de flujos comunicativos de “muchos a muchos”, es lo que Castells (2009) denomina autocomunicación de masas:

“Es comunicación de masas porque potencialmente puede llegar a una audiencia global, como cuando se cuelga un video en Youtube, un blog con enlaces RSS a una serie de webs o un mensaje a una lista enorme de direcciones de correo electrónico. Al mismo tiempo, es autocomunicación porque uno mismo genera el mensaje, define los posibles receptores y selecciona los mensajes concretos o los contenidos de la web y de las redes de comunicación electrónica que quiere recuperar” (Castells,2009: 88)

Por su parte Orihuela (2002), sostiene que las características centrales de la comunicación “digital” son:

Transición desde el Broadcasting al Pointcasting pasando por el Narrowcasting. Los medios industriales del siglo pasado y antepasado como la prensa, el cine, la radio y la televisión funcionaban bajo el esquema de audiencias masivas.. Luego se segmentaron las audiencias (Narrowcasting) para “finalmente” llegar al actual “muchos a muchos”. Estos cambios generan una multi-direccionalidad de los flujos de información y, en consecuencia, de las formas de comunicación.

Los arriba mencionados medios industriales implicaban la utilización de un soporte (por ejemplo, papel, ondas hertzianas) para vehicular determinados contenidos en una gramática escrita, sonora o audiovisual. La multimedia actual permite desde hace

algunos años que, a partir de Internet y otras plataformas digitales, **acceder e integrar diversas gramáticas comunicativas que antes funcionaban en forma excluyente.**

Un tercer aspecto es la dimensión temporal. Un diario duraba eso...un día. Ahora en la red se observa una constante actualización que para algunos implica un tiempo “real”, es decir, **la velocidad de la información se asemeja a la instantaneidad.**

La interactividad es probablemente un aspecto central, ya no se recibe información procesada sino que se puede generar contenidos de diversa naturaleza en un sistema que funciona en lógica de nodos (redes), vale decir, definiendo quien y a quién(es) deseo interpelar. Esto supone una horizontalidad técnica que, sin embargo, tropieza con las lógicas de desigualdad estructural de capital social, cultural y más específicamente de escolaridad.

Los medios industriales son fundamentalmente lineales, se difunden los “mensajes” desde organizaciones exclusivamente dedicados a la producción de noticias o ficción. Ahora el hipertexto permite a un sujeto ir definiendo su camino, una **ruta de navegación propia** y prácticamente irrepetible. A lo anterior hay que agregar la paulatina familiaridad con los programas y aplicaciones que permiten procesar información, lo que posibilita a los sujetos y sus grupalidades/colectivos – junto a la disminución de costos - **producir sus propias propuestas simbólicas**, es decir, no solo constituirse en “receptores” como ocurría en la era de los medios industriales del siglo XX, sino que también pueden participar a partir de sus propias circunstancias simbólicas, ya sean de carácter individual o grupal.

Por tanto, desde el punto de vista de los receptores, hay un desplazamiento hacia **prosumidores**, es decir, sujetos que son capaces no solo de acceder a información sino que también son productores de la misma, tal como ha señalado Jenkins (2008).

Actualmente el desarrollo de las redes sociales online se ha complejizado y también se han multiplicado las plataformas digitales on line generando narrativas transmediáticas, tal como las define Scolari et al (2012).

Obviamente esto no es solo un escenario de una emergente “convergencia industrial” sino que también supone una convergencia cultural en los espacios simbólicos y, especialmente, en las plataformas digitales en que los mismos sujetos modifican y crean nuevos formatos, tal como los memes.

Ahora bien ¿cómo entender la relación entre comunicación, democracia y pluralismo en esta “era digital”?

Para Whitaker (1999), el debate estaría *contaminado* con al menos cuatro prenociones que estarían presente en la relación entre internet – política – democracia:

- a) Los futurólogos digitales que ven en el nuevo capitalismo las condiciones deseables para una mayor democratización.
- b) Aquellos que “leen” el fenómeno como una oportunidad para una revolución social, la comunicación digital sería la “semilla” de nuevos cambios sociales.
- c) Los pesimistas que observan la degradación moral, social y política que trae consigo las nuevas tecnologías digitales.
- d) Los que critican el “infobombo” que acompaña el desarrollo de las tecnologías digitales y que plantean que no hay tal cambio/revolución, sino más bien un incremento cuantitativo de innovaciones sobre espacios sociales y políticas que mantienen las mismas coordenadas.

A pesar de lo anterior, la instalación de las tecnologías digitales se traduce en una ampliación de los espacios democráticos en la medida en que más sujetos pueden visibilizar sus puntos de vista e informaciones sobre asuntos públicos y privados que pasan a transformarse en *públicos*. La instalación de las tecnologías digitales en el espacio público y privado, implica un aumento del pluralismo, especialmente si se considera que los propios sujetos son capaces de participar mediante plataformas digitales 2.0. Para Trejo (2011), existen ciertos atributos que potencian e incrementan “nuevos” actores en la comunicación y participación política:

- a) Ya no hace falta un “especialista” para producir información en el espacio público, son los propios sujetos los que ya manejan (aunque no universalmente las herramientas infocomunicativas).
- b) Los políticos, al introducirse en el espacio digital, generan nuevos espacios de interlocución con los ciudadanos y que éstos aprovechan para producir nuevos diálogos.

c) La democracia ya no es solo una institucionalidad gestionada cotidianamente por los políticos. Primero las encuestas (democracia de las encuestas) y luego internet 2.0 han generado condiciones para el aumento de participación de los ciudadanos.

e) Lo anterior ha llevado a una ciudadanización de la política, que se expresaría en la mayor centralidad de los sujetos en los debates públicos, obviamente junto a los actores institucionales.

f) Sin embargo, esto no necesariamente implica un cambio institucional, ya que los cambios en la esfera pública no son *palanca* que se mueva exclusivamente desde Internet.

Este planteamiento es compartido por Colombo (2007: 42):

“la incorporación de las TIC en la política ha introducido cambios fundamentales en los sistemas políticos democráticos y ha supuesto nuevas posibilidades de relación entre los ciudadanos y los representantes políticos, permitiendo un cierto reencuentro entre la política y la sociedad”

En este sentido estaríamos presenciando un desplazamiento desde una concepción de los medios masivos como “parlamentos mediáticos”, es decir la constitución de un espacio público en que conversan los políticos y la elite y que es consumida masivamente, hacia un espacio simbólico en que los ciudadanos dan a conocer sus opiniones, experiencias que se expresaron primariamente en el periodismo ciudadano y, más recientemente, en una multiplicación de los actores que debaten temas de interés societal, vía redes sociales on line.

Este último punto es un término del debate actual. Castells en su último libro sobre los movimientos sociales (2012), plantea la hipótesis de que el “éxito” de algunos de ellos - como en los casos de Túnez y Egipto - implicaría un nuevo tipo de cambio social que, no obstante, es necesario estudiar empíricamente. No obstante, Castells ya introduce el factor infocomunicativo en el debate:

“...condición para que las experiencias individuales se conecten y formen un movimiento es...la existencia de un proceso de comunicación que propague los acontecimientos y emociones asociadas a las mismas. Cuanto más rápido e interactivo sea el proceso de comunicación, más probable es que se forme un proceso de acción colectiva” (2012: 32)

Sin embargo, para otros autores (Phillippi y Peña, 2012) hay brechas que dificultan que los sujetos puedan participar en estos espacios públicos más “abiertos”. En primer lugar, estarían las dificultades de acceso que plantea el primer nivel de la Brecha Digital, es decir, barreras para acceder a dispositivos digitales y a servicios de banda ancha de mayor capacidad y, un segundo nivel, relacionado a las competencias culturales, sociales y personales para apropiarse de los recursos digitales. Esto es reforzado por Robles (2009:55)

“lo que hace de Internet una tecnología potencialmente desigualitaria son las consecuencias asociadas a algunos de sus usos”, es decir, al contexto sociocultural de las prácticas y no solo al acceso”

Se ha de notar que el análisis de ciertos casos resta “evidencia” a esta “nueva comunicación” más pluralista. Rincón (2011) al analizar las elecciones colombianas del 2010 entre el ganador Santos y el candidato del Partido Verde Mockus, concluye que el uso de una refinada estrategia digital electoral no es suficiente para el logro de los objetivos. El ciberactivismo se entretreje con las prácticas mediales tradicionales (massmediáticas) y la institucionalidad política.

Por otra parte Pinto y Dantas (2012) al analizar el efecto pluralizador de los blogs, concluyen que:

“...no bastan sofisticados aparatos tecnológicos y veloces conexiones, siendo apropiadas por sujetos colaborativos dispuestos a presentar sus contradicciones y opiniones, si los recursos educacionales y cognitivos no están articulados a la performance comunicativa de las conversaciones y de las máquinas”

Si bien es cierto falta mucha evidencia y distancia para comprender el escenario democrático es que se instala centralmente la comunicación “digital”, hay un cierto acuerdo en que, tal como indica Verón (2012:15) “los procesos de circulación son el nuevo gran cargo de batalla, y esa guerra apenas ha comenzado”.

Este nuevo campo de batalla es, a su vez, un espacio construido históricamente. Según Becerra (2012) no se ha prestado la suficiente atención a los factores políticos que regulan el quehacer democrático y el funcionamiento de los medios de comunicación y las redes digitales, habida cuenta de las prácticas infocomunicativas que se han instalado.

Se plantea, entonces, nuevos desafío a los marcos regulatorios en particular y a las Políticas Públicas en general al complejizarse el número y tipo de “intermediarios” entre las prácticas de uso y los soportes materiales que suponen el uso de internet y las redes sociales online.

“En los próximos años, la política del sector de la información y la comunicación (que incluye a los medios de comunicación, al resto de industrias culturales, y también a las telecomunicaciones y a las redes digitales) deberá ocuparse crecientemente de las tensiones que existen en el funcionamiento de las diversas capas en las que se organiza ese sector. Ello incluye, como bien señala Wu (2007), el conflicto entre los intereses privados corporativos de las industrias de conexión en primer lugar, de las industrias de creación de contenidos en segundo lugar, y de las industrias de agregación e catalogación de datos en tercer lugar; de las industrias que fabrican y mantienen servidores e infraestructuras de red en cuarto lugar, y el interés público en quinto lugar.”
(2012: 26)

Comunicación mediada y Dignidad de las personas

Probablemente esta es una de las áreas más contradicciones y complejas de abordar. Básicamente porque esta cruzada por la creencia de que se trata de un tema “evidente”, propio del “sentido común” y que se percibe como consensuado. Por otra parte, implica dar cuenta de conceptualizaciones históricas y que hegemónicamente se definen como naturalizadas, para un período específico.

Lo digno tiende a ser definido en tanto cuanto “merecedor de algo” (según la RAE), en este caso las personas, no obstante más que una definición, indica hay una ruta a seguir: ¿Qué es lo que merecen las personas en un momento dado? Obviamente que desde mediados del siglo XX existen “universales” que dan sentido a la dignidad de las personas, pero que han ido siendo objeto de reflexión y, especialmente, de significaciones más amplias que las planteadas a fines de la década del cuarenta ochenta por las Naciones Unidas.

Sin embargo e independientemente de las generaciones de Derechos Humanos , hay que plantear algunos puntos respecto del porqué es un “problema” la dignidad de las personas en el marco de la comunicación mediada.

Durante los años veinte y siguientes el destacado periodista norteamericano Walter Lippman usó la expresión estereotipo para referirse a las maneras en que la prensa representa la realidad. En términos generales, aducía a que el periodismo tendía a presentar a los sujetos y situaciones de manera parcial, es decir, perfilando solo unos aspectos de las múltiples dimensiones que presenta un “hecho real”. Esto se origina en las características propias de la noticia, al constituir una descripción breve de un hecho real y actual que se circunscribe a una estructura determinada (Rodrigo. M. 2005). Es decir, la noticia es una manera de construir realidad para ser compartida en una audiencia amplia, formada por grupos y sujetos diferentes en lo social, cultural, político, simbólico y subjetivo. Por tanto la noticia no es sólo una lectura específica (selecciona ciertos hechos para transformarlos en noticia), sino también una forma de narración a partir de un constructo específico propio de la redacción periodística.

En términos más amplios la noticia se elabora a partir de una cierta estructura que tiene atributos propios y que, por tanto, es evidentemente intencionada desde las prácticas profesionales y las líneas editoriales.

La noticia, al iluminar ciertos aspectos, también oscurece otros. Para las distintas grupalidades del “público” esta es la contradicción que asoma eventualmente: se visibilizan masivamente mensajes no deseables de grupos específicos de la sociedad. Así lo han planteado históricamente los distintos movimientos sociales, agrupaciones corporativas, grupos étnicos, entre otros. Los “mayores”, los estudiantes, los mapuches y las lesbianas –entre otros- reclaman que su representación mediatizada y pública no corresponde a lo que ellos/ellas estiman que constituyen factores centrales de su identidad. En esta dinámica dialéctica los distintos grupos de presión – con éxito o no - van elaborando primeramente sus argumentarios críticos, para luego producir los “manuales” respectivos para los periodistas y organizaciones de medios.

Veamos un caso: en un estudio reciente de la Universidad Diego Portales para UNICEF sobre la representación de niños y adolescentes en prensa y televisión, se encontró que el 83 % de las noticias daban cuenta de solo tres dimensiones/ámbitos de la vida de niños y adolescentes. Esto obviamente es una simplificación excesiva pero que no se debe – supongamos - a propósitos “ocultos” o “perversos”, sino a la manera en que se “construye” la realidad, en este caso la noticiosa.

Según Mc Combs (2005), las agendas limitadas y nosotros agregaríamos las representaciones parciales, se originan en la *descomplejización* de la realidad que hacen los medios para dar a conocer su visión de la realidad, es decir, los medios hacen una elaboración parcial al comunicar masivamente y esto es propio de sus prácticas al intentar ayudar a “orientarnos” en el mundo complejo y lejano, desde nuestro mundo cercano y limitado. Por tanto, el debate debería plantearse más allá de ciertos casos específicos o de las “buenas o malas interacciones”, es necesario construir los “universales” que ayuden a definir el tratamiento de la realidad por parte de los medios masivos.

Un primer esfuerzo son los códigos deontológicos que se han planteado los propios medios o las corporaciones profesionales, especialmente los periodistas y publicistas, en una lógica de autorregulación. Tal es el caso **del Libro Verde sobre la protección de los menores y la dignidad humana en los servicios audiovisuales y de información (1996)**, generado por la Unión Europea, en que se han consensuado unos “mínimos”, especialmente en lo referido a plataformas digitales.

Por otra parte, Taufic (2004) ha analizado marcos “éticos” de distintos países para esbozar el tratamiento normativo de la Dignidad de las personas. En el ítem Trato Digno / No discriminación señala que las principales orientaciones se refieren a: no dar cuenta de las personas en tanto su condición social, étnica, sexual o religiosa. Los periodistas /fotógrafos deben identificarse ante las personas en tanto fuentes o actores de la información. Los medios de comunicación deben dar trato digno a las personas, independiente de su condición social o cultural. Es necesario evitar calificativos ofensivos respecto a las personas involucradas en un hecho informativo, especialmente en situaciones de aflicción o alta emocionalidad.

Sin embargo, es probablemente en el ámbito de los Derechos Humanos donde podemos encontrar los *universales* sobre Dignidad de las personas que ayuden a abordar el tema en forma más consensuada. Una visión *generacional* de los Derechos Humanos fue planteada inicialmente por Karel Vasak en 1979, a la que posteriormente se agrega una cuarta generación, relacionada a las redes digitales.

La primera generación corresponde a la Declaración Universal de los Derechos Humanos planteada la ONU en 1948. Pone énfasis en los **Derechos Civiles**, tales como derecho a la vida, integridad física y moral, justicia, igualdad y libertad. Básicamente interpelan a los estados en tanto garantes de la dignidad de las personas, en cuanto a derechos civiles.

Una segunda generación son los **Derechos Económicos, Sociales y Culturales (Desc)** que más apunta a definir al sujeto como merecedor de ciertas condiciones básicas para poder proyectar su vida y la de la sociedad.

Los derechos a la **solidaridad** constituyen a la tercera generación, se orientan a proteger derechos colectivos asociados a la pertenencia a grupos étnicos, etarios, religiosos, entre otros. Han ido cobrando cada vez mayor relevancia y se ha expresado explícitamente en el respeto a la diversidad y patrimonio cultural.

Finalmente y no planteada originalmente por Vasak, ha surgido la cuarta generación, relacionada al concepto de **ciudadanía digital** y que se expresa en tres dimensiones: a) libre acceso y uso de información b) fomento de la inclusión digital mediante la acción pública y c) educación ciudadana de modo que los sujetos se apropien y autonomicen digitalmente en un mundo cada vez más global.

Estos Derechos Humanos constituyen el fundamento de la Dignidad de las Personas en la medida que han sido más o menos consensuados/respetados, conformando el marco básico de la convivencia humana.

Bibliografía

- Avendaño, C. (2012) “Es la comunicación, estúpido. Empoderamiento comunicacional en las marchas estudiantiles chilenas” Ponencia presentada en el XI Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores en Comunicación, ALAIC. Montevideo.
- Baltra, L. (2012) “La prensa chilena en la encrucijada. Entre la voz monocorde y la revolución digital. Lom. Santiago de Chile.
- Becerra, M. (2012) “Redes y medios: la resurrección de la política” Fundación Friedrich Ebert, Santiago de Chile, 2012.
- Castells, M. (2009) Comunicación y Poder. Alianza. Madrid
- Castells, M. (2012) Redes de indignación y esperanza. Alianza. Madrid.
- Colombo, C. (2007) e-Participación. Editorial UOC, Barcelona
- Hallin, D. y Mancini, P. (2008) Sistemas mediáticos comparados. Hacer. Barcelona.
- Horkheimer, M. y Adorno, Th. (1988) “La industria cultural” en *Dialéctica del iluminismo*, Sudamericana, Buenos Aires.
- Habermas, J. (2011) Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública. Gustavo Gili, Barcelona
- Jenkins, H. (2008) Convergence Culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Paidós. Barcelona
- MacBride, S. (1980) Un solo mundo, voces múltiples. Fondo de Cultura Económica. México D.F.
- Mc Combs, M. (2006) Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y el conocimiento. Paidós, Barcelona.
- Orihuela, J.L. (2002) “Nuevos paradigmas de la comunicación” Chasqui 77. <http://chasqui.comunica.org/77/chas-ed-77.htm>. Consultada 15 de junio 2012.
- Phillippi y Peña, (2012) “El impacto del acceso público en dos telecentros: apropiación social de las TIC por parte de mujeres chilenas” en Proenza, F. “Impacto Tecnología y cambio social: el impacto del acceso público a las computadoras e Internet en Argentina, Chile y Perú. IEP Instituto de Estudios Peruanos. Lima.

http://www.upf.edu/amymahan/es/publicacionfinal/IDRC_completa.pdf. Consultada 21 de diciembre 2012.

Pinto y Dantas (2012) “Mapas de percepciones de una gran promesa: el debate en blogs políticos y la ampliación de la esfera pública” en Carlón M. y Neto, A. F. Las Políticas de los internautas. Nuevas formas de participación. La Crujía. Buenos Aires.

Rodrigo. M. (2005) La construcción de la noticia. Paidós. Barcelona.

Thompson, J.B. (2005) “La nueva visibilidad” Papers 78: 11-29 (<http://www.raco.cat/index.php/papers/article/viewFile/40271/40559>) Consultada 5 de junio 2012.

Trejo, R. (2011) “Hacia una política 2.0. Potencialidades y límites de la red de redes” en Nueva Sociedad, 235. Pp.62-73

Rincón. O. (2011) “Mucho ciberactivismo ...pocos votos” en: Nueva Sociedad, 235. Pp. 74-89.

Robles, J.M. (2009) Ciudadanía digital. UOC. Barcelona.

Scolari C., et al (2012) “Narrativas transmediáticas, convergencia audiovisual y nuevas estrategias de comunicación”. Quaderns del CAC 38, vol. XV.pp79-89 (http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/Q38_scolari_et_al_ES.pdf) Consultada 21 de diciembre 2012.

Taufic. C. (2004) “La autoregulación del periodismo” Fucatel. Santiago de Chile. (<http://www.observatoriofucatel.cl/wp-content/uploads/2008/11/la-autorregulacion-del-periodismo.pdf>) Consultada 21 de diciembre 2012

Unión Europea (1996) **Libro Verde sobre la protección de los menores y la dignidad humana en los servicios audiovisuales y de información.** (<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:1996:0483:FIN:ES:PDF>) Consultada 21 de diciembre 2012

Verón. E. (2012) “La mediatización: ayer y hoy” en Carlón M. y Neto, A. F. Las Políticas de los internautas. Nuevas formas de participación. La Crujía. Buenos Aires.

Whitaker, R. (1999) “El fin de la privacidad”. Paidós. Barcelona