

Introducción

Introduction

La presencia social de las masas remite a la visibilidad de un hecho político, la liberación de lo político como un asunto general. Los medios digitales han logrado que la esfera de la comunidad (los asuntos generales del pueblo) se integre con las capas sociales no burguesas. Antaño, la discusión de lo político se daba en los cafetines o en las reuniones de intelectuales, ahora ha vuelto esa posibilidad llena de libertad de expresión y de pensamiento en las redes sociales “en modo de existencia de lo popular” (Martín-Barbero, 1997, p. 134).

Jesús Martín-Barbero (1997) dijo en *De los medios a las mediaciones* que la legitimación burguesa conduce a una hegemonía de la esfera política que procura mantenerse al recomponer las bases de lo público. Sin embargo, ahora, los medios con mayores libertades, para la esfera de la comunidad, parece que no les queda fácil de dominar esas bases de lo público. Allí las estrategias de control de la publicidad burguesa logran una confusión, en la entropía, que logra la desintegración de lo público para la integración de lo masivo (Martín-Barbero, 1997). Cabe citar de él la concepción de masa que le asigna en el funcionamiento de la hegemonía burguesa:

Masa designa, en el momento del cambio, el modo como las clases populares viven las nuevas condiciones de existencia, tanto en lo que ellas tienen de opresión como en lo que las nuevas relaciones contienen de demanda y aspiraciones de democratización social (p. 135).

La integración de lo masivo ha concebido a la cultura popular, y los medios a la mano de los ciudadanos han confirmado esta cultura como clase social. Y esto, como dice Martín-Barbero, “se convirtiera en espacio estratégico de la hegemonía pasando a mediar, esto es, cubrir las diferencias y reconciliar los gustos” (p. 135).

Esta mediación de la publicidad burguesa se articula a través de los dispositivos digitales, creando un espacio estratégico para la discusión y la maleabilidad ideológica por parte de los partidos políticos, asociaciones e instituciones de poder. Es decir, “los dispositivos de la massmediación se hallan así ligados estructuralmente a los *movimientos en la legitimidad que articula la cultura*” (p. 135).

La cultura de masa se activa y se deforma en el mercado de las nuevas demandas tecnológicas, hegemónicas e ideológicas. Este tema incluye las posibilidades éticas y morales de la comunicación y el periodismo.

Se podría limitar esta tarea articulando el llamado de atención que Jesús Martín-Barbero alentaba desde hace treinta años. Aquí, en este documento, se presentan los estudios desde miradas sociológicas, antropológicas, políticas, cibernéticas y educativas, procurando que les sirva a los variados lectores de todas las disciplinas sociales.

El presente libro, **Ética y Moralidad en los Medios de Comunicación: Investigaciones y Propuestas**, pertenece a la serie Ethical Issues de la Universidad Santiago de Cali, Colombia, y expresa estas temáticas de investigación que se vienen desarrollando en habla hispana acerca de este llamado de atención.

El libro se estructura en cuatro partes:

La primera está titulada **Combate a la desinformación: el gran desafío ético**, responde a cuatro cuestiones conceptuales de estudios de la ética en los medios y su consecuencia desinformativa.

- El capítulo “El modelo de comunicación sistemáticamente distorsionada”, de Luis Armando Muñoz Joven, presenta las características de un modelo de comunicación con el que se puede estudiar el fenómeno de la desinformación en el escenario del

manejo y calidad informativa en los medios tradicionales y las redes sociales, la formación de la opinión pública y su injerencia en las esferas pública y privada.

- El capítulo “El ‘ciclo vital’ de los casos de desinformación: una propuesta analítica a partir de la Ecología del Desarrollo Humano” de Fernando Gutiérrez Atala y Mauricio Carrasco Miranda, explora los procesos de la desinformación, el uso consciente de información falsa o engañosa, la manipulación informativa y mediática en la esfera pública. Para ello, siguen un modelo de indicadores de la Ecología del Desarrollo Humano (EDH) que destaca elementos y etapas del “ciclo vital” de desórdenes informativos.
- El capítulo “Estrategias comunicativas en la Nueva Política. De cómo la política desembarcó, tarde y mal, en la Sociedad de la Información”, de Alfonso Vázquez Atochero, reflexiona acerca de la política y el devenir de la humanidad. Circunscribe las normas, las personas e instituciones en relación al *homo politicus*. Tiene en cuenta modelos de poder, la colaboración ciudadana, el marketing de calle, de los medios para entender la democracia y, al final, concibe la *Datocracia* en la sociedad de la información y el escenario político.
- El capítulo “Terrorismo de palabra, discurso del odio y desinformación: nuevas excusas para la censura”, de Isabel Serrano Maillo, estudia las consecuencias de la incontrolable difusión de mensajes que afectan los derechos de las personas. Lleva esta cuestión a pensar la responsabilidad del control de las disfunciones del mundo mediático de manera legislativa para volver a comprender los límites de la libertad de expresión.

En la segunda parte, titulada **La ética ante las audiencias y la industria mediática**, se presentan dos capítulos de estudios de casos en Chile.

- El capítulo “Estándares editoriales, rutinas periodísticas y responsabilidad social corporativa: los casos de Chilevisión y CNN Chile”,

de María José Labrador Blanes y María Verónica Rodríguez Rowe, es un análisis de las estrategias éticas, estándares editoriales y la responsabilidad social de Chilevisión y CNN Chile.

- El capítulo “Apreciaciones de la ética en los estudios de la televisión en Chile”, de Manuel Alejandro Rivera Careaga, analiza el quehacer de la ética en la televisión nacional chilena, revisando la documentación acerca de las problemáticas, la regulación de los contenidos programáticos, las directrices del Consejo Nacional de Televisión, CNTV, y de estaciones televisoras; principios éticos, el respeto a la dignidad humana, el cuidado de la niñez y la violencia.

En la tercera parte, titulada **Ética e información frente a sucesos complejos**, se destacan cuatro estudios que muestran una crisis comunicacional tanto de las responsabilidades institucionales, culturales y el escenario de la ética digital.

- El capítulo “Comunicación y ética empresarial en medio de la crisis del Covid-19”, de Lorena Retamal Ferrada, Caroline Ávila, Jaime Alberto Orozco Toro, Melita Vega y Ana María Durán, es un análisis de las actividades de comunicación estratégica, los criterios, los contenidos, las campañas de educomunicación y los recursos tecnológicos que implementaron las grandes empresas latinoamericanas durante la pandemia.
- El capítulo “La reconfiguración de las defensorías de las audiencias ante el nuevo ecosistema comunicacional pospandemia”, de Cynthia Ottaviano, es un estudio que comprende que durante el tiempo del Covid-19 se presenta una crisis deontológica comunicacional, que invita a reflexionar éticamente acerca de las buenas prácticas desde las defensorías de las audiencias en América Latina.
- El capítulo “Comunicación digital y acción colectiva durante las protestas de octubre de 2019 en Ecuador”, de Magaly Valdez-Sarabia, Erika Galvez Rogel, Mayra Samaniego Arias y Víctor

Cabezas Pinta, es un análisis del discurso de los movimientos MIE, Wambra y Corape Satelital que protagonizaron acciones comunicativas y contra-desinformativas durante las protestas de octubre de 2019 en Ecuador.

- El capítulo “la inteligencia artificial como “sujeto” ético del periodismo actual”, de Pedro Pablo Aguilera, es un estudio de periodismo desde el campo de la Inteligencia Artificial. Revisa concepciones de la ética digital, la tecnoética, el análisis de medios y la ética periodística.

La última parte está titulada **El reto formativo de la ética**, que se presenta en tres estudios que van orientados hacia la educación en el manejo de la información pública.

- El capítulo “La ética en la formación de periodistas: análisis al currículum en Chile”, de Constanza Hormazábal Durand y Pablo Vildósola Toledo, indaga la ética periodística en la formación académica, en las mallas curriculares, las asignaturas, los objetivos de aprendizajes y metodologías. En el documento hay que seguir la pista a los valores de la profesión, el perfil de egreso y los desafíos que representa el desarrollo de programas académicos de periodismo en Chile.
- El capítulo “TIC y rutinas periodísticas en Colombia: reconfigurando identidades y roles”, de Liliana Gutiérrez-Coba y Daniel Tobón-Gómez, es un estudio de los principales cambios de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en las rutinas de selección y elaboración de información. Frente a ello, se cuestiona el papel y la responsabilidad de los periodistas colombianos en la esfera política.
- El capítulo “Alfabetización Científica e Informativa. Infodemia y Educación Universitaria en Tiempos de Pandemia”, de Patricia del Carmen Aguirre Gamboa, Javier Casco López, Juan Domín-

guez Panamá, Rossy Lorena Laurencio Meza, María del Pilar Anaya Ávila y Alfredo Reyes Gutiérrez, presenta la infodemia que surgió en tiempo de Covid-19 para indicar las necesidades de promover la alfabetización tecnológica como parte de lo que se conoce como ciudadanía mediática.

Referencia Bibliográfica

Martín-Barbero, J. M. (1997). *De los medios a las mediaciones*. México, editorial GG.