

ÉTICA Y DEONTOLOGÍA PROFESIONAL

Tema 1 – BASES ANTROPOLÓGICAS DE LA MORAL

1. Introducción: argumentos habituales contra la moral

Son fundamentalmente 2:

- El egoísmo
- El progreso

EL EGOÍSMO

Dice que en el mundo lo que hay en realidad es el egoísmo de las personas. Hay una lucha competitiva entre unos y otros porque los bienes son escasos. En consecuencia, todos somos egoístas. Hobbes dice: el hombre es un lobo para el hombre. Lo más inteligente es ser el lobo más fuerte.

Este argumento aparece en La República de Platón. Trasímaco lo defiende y va más allá: la moral es un mecanismo de los fuertes para someter a los débiles. [Ver citas 1, 2 y 3].

A nivel internacional esto se puede aplicar a los estados actuales. Por ejemplo, la guerra entre EEUU e Irak.

La versión de Marx sobre esto es más actual que la de los clásicos. Dice que lo que existe en la realidad son las relaciones económicas de producción. Esto crea construcciones culturales a las que llama superestructura. La superestructura cumple una función ideológica porque da una capa de barniz a las relaciones; es una falsa conciencia.

Todo se basa en relaciones de explotación. La religión tiene como función dominar a la gente (es el opio del pueblo). La moral desaparecería cuando ya no hubiera clases sociales, es decir, cuando no hubiera explotadores ni explotados. [Ver citas 4 y 5].

EL PROGRESO

Es el argumento de los países capitalistas. No dice que la moral sea falsa, sino que es algo del pasado, está desfasada. De igual forma que la astrología desaparece cuando se conoce la astronomía, la moral puede ser sustituida por la técnica, la psicología y la sociología. Lo mismo pasa con la alquimia y la química. La obra Un mundo feliz de Aldous Huxley es un ejemplo de esto.

La medicina nazi demostró que la ciencia se puede poner al servicio del mal. Un progreso basado en la creación de armas destruye a la humanidad.

Este argumento del progreso se muestra en 2 aspectos de nuestra sociedad:

- La tecnocracia (cratos = poder). Es el poder de los técnicos, de los expertos, de los científicos. Todo lo que no es técnico queda devaluado.
- Sociedad consumista. La sociedad tiene que avanzar. Cambiamos de móvil, coche, ordenador... Cada nuevo objeto es mejor que el anterior y si no lo adquieres estás fuera de lugar. En los años 90 las empresas han invertido más que nunca en desarrollo tecnológico.

1.2- La necesidad estructural de la moral: libertad y responsabilidad personal

La moral va ligada a la condición humana. [Ver cita 6].

Scheler toma elementos de la psicología y los traslada a la moral. Dice que la moral está ligada a la estructura psico-biológica del ser humano.

Diferencias entre animales y seres humanos:

– En los animales la conducta está condicionada por determinados estímulos a los que responden de forma concreta. Según sube la escala genética aumenta la capacidad de aprendizaje de los animales, pero es muy limitada. Están condicionados por el medio natural y por su genética.

– El ser humano es libre. Puede romper los mecanismos que lo determinan. Puede innovar. Por eso tenemos cultura, a diferencia de los animales. Somos distintos los unos de los otros mientras que los animales son iguales. Está inscrito en la condición humana el hecho de la libertad.

Scheler dice que lo que caracteriza al ser humano es el espíritu. Este espíritu consiste en la libertad. Los seres humanos tenemos biografía y la construimos a través de las respuestas que ofrecemos ante los problemas. Responsabilidad viene de dar respuesta. La biografía es responsabilidad de cada uno.

La libertad va ligada a la responsabilidad. Ambas no son un lujo de lo que podamos disfrutar o no, sino que son una exigencia. Ortega dice que somos a la fuerza libres. No podemos huir de nuestra libertad ni de nuestra responsabilidad. Sartre decía que estamos condenados a ser libres.

Es una responsabilidad con uno mismo y hacia los demás. Estamos forzados a tomar decisiones. La moral no es un invento, sino que va ligada al ser humano.

Sartre dice que al estar obligados a ser libres se deduce un imperativo moral que plasmó en su obra El existencialismo es un humanismo (1946): Actúa siempre como alguien que se autodetermina y es responsable de lo que hace. La actitud que se da al aplicar esta norma se llama autenticidad (compromiso). La autenticidad se contrapone a la actitud de mala fe. No elegir es una actitud de mala fe.

Pascal Bruckner, en La Tentación de la Inocencia, dice que hemos construido una cultura en la que nadie es responsable de nada.

Aranguren dice que mientras la realidad natural es muy parecida, la moral es lo que nos diferencia. [Ver citas 8 y 9].

1.3. Nociones y consideraciones relacionadas con la libertad

1.3.1. La motivación humana. Diferencia entre espontaneidad, autocontrol y autonomía. Aplicación a la comunicación.

LA MOTIVACIÓN HUMANA

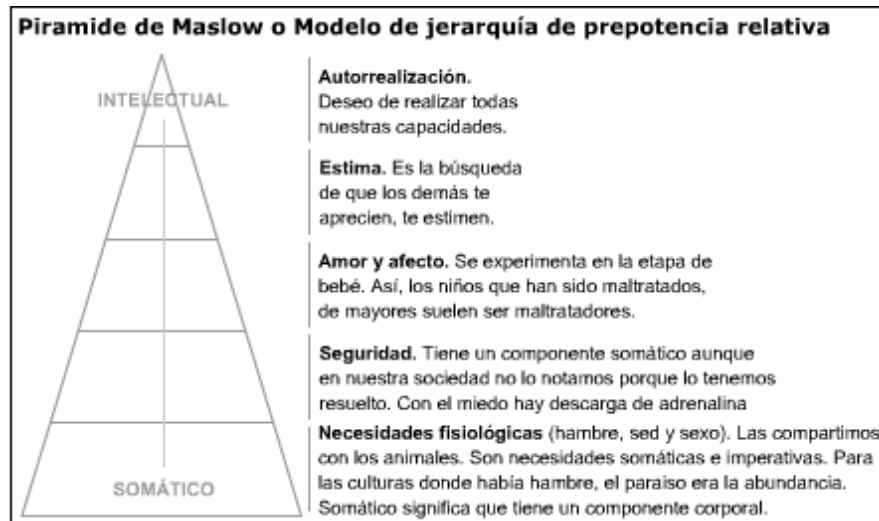
No somos ni ángeles (no somos puros) ni animales, que están determinados por su biología.

Freud dice que todo responde a pulsiones sexuales. Epicuro decía que la raíz de todo bien estriba en el placer del vientre. Hasta la sabiduría y la cultura deben serle relacionados.

La psicología (psique = alma; estudio del alma) nace en el s. XX para explicar la psique con datos científicos.

La psicología extrapola la conducta de las ratas al ser humano. Esto se llama reduccionismo. Skinner es un psicólogo conductista y hacía esto.

Maslow toma una corriente opuesta. Dice que es estúpido estudiar a los seres humanos a partir de ratas. Propone el modelo de jerarquía de prepotencia relativa, también conocido como la Pirámide de Maslow. Dice que los seres humanos somos un sistema dinámico que busca la satisfacción de nuestras necesidades. Nos movemos para encontrar un punto de equilibrio y nuestras necesidades ascienden según esta escala.



Maslow dice que los humanos vamos subiendo en la escala de necesidades. [Ver cita 12].

Maslow dice que en situaciones de catástrofe el ser humano se comporta de forma básica, con miedo. Pero esto es extraordinario y no es lo propio del hombre.

El periodista que llega a una catástrofe puede no ser ético y explotar la barbarie, o ser ético y respetar a la gente. Hay un conflicto entre lo que está ocurriendo y lo que se debe mostrar. El periodista no debe entrar en el sufrimiento y el dolor.

Principios de CAC (Consejo Audiovisual de Cataluña) sobre el tratamiento del dolor:

- En situaciones de catástrofe no puede haber censura.
- Se debe cooperar con las autoridades.
- El respeto a la dignidad de las personas en aquellas circunstancias en que su capacidad de elegir libremente se ve limitada.

Sólo los seres humanos podemos darle la vuelta a la Pirámide de Maslow. Podemos controlar la parte baja del esquema a partir de la parte alta ya que la más importante es la de arriba. Ejemplos de este control son los vegetarianos, las huelgas de hambre, la abstinencia sexual etc.

Las preferencias de primer orden nos vienen de modo inmediato, están en la base y son somáticas (hambre, sed, sexo y seguridad). Las preferencias de segundo orden (deseos) pertenecen a la parte alta de la Pirámide. Así, el vegetariano controla una preferencia de primer orden a partir de una preferencia de segundo orden.

DIFERENCIA ENTRE ESPONTANEIDAD, AUTOCONTROL y AUTONOMÍA

- Espontaneidad

Libertad -> - Autocontrol (autodominio)

- Autonomía

El concepto de libertad está integrado por 3 aspectos:

Espontaneidad. Consiste en hacer en cada momento lo que uno siente (impulsos naturales asociados a las preferencias de primer orden. María Moliner define al espontáneo como aquel que obra dejándose llevar por sus impulsos afectivos naturales y no obedeciendo a consideraciones de conveniencia dictadas por la razón. Sinónimos de espontáneo son: abierto, desenfadado, desenvuelto, expresivo.

La espontaneidad es un valor del s. XX. Es algo excepcional en la historia. En los años 20 aparece la prensa, el cine y la radio, y en los 60 el cine, lo que se asocia a la liberación de la espontaneidad.

La personalidad espontánea (expresiva) es la que se necesita en una cultura consumista. La espontaneidad bien entendida debe tener autocontrol. En televisión, la espontaneidad que no pasa por el autocontrol genera telebasura.

Autocontrol (autodominio). Es la capacidad de someter nuestras preferencias de primer orden a preferencias de segundo orden (a más largo plazo, más intelectuales y más ideales).

El autocontrol está ligado a la libertad y esto se ve en el pasaje de Ulises y las sirenas, donde Ulises se ata al mástil de su barco para evitar ser seducido por el canto de las sirenas y evitar dirigirse hacia ellas, lo que le significaría la muerte. Las sirenas hoy en día sería la publicidad, el marketing, donde los intereses de otros nos intentan cautivar en lugar de seguir nuestro rumbo. La publicidad subliminal está por debajo del límite de la conciencia y es muy influyente, pero está prohibida.

Para ejercer el autocontrol se necesitan valores que se han de aprender:

- Prudencia. Consiste en prever las consecuencias de los actos. Por ejemplo, es prudente el que controla el beber si después ha de conducir.

- Fortaleza. Es ser fuerte de voluntad, tener capacidad de sobreponerse al miedo, a la pereza etc. Es necesaria para hacer efectiva la prudencia.

- Templanza. Consiste en temprar las pasiones, dominar la sexualidad, la ambición y el orgullo. Antiguamente se refería casi exclusivamente a controlar la sexualidad, pero la versión actual es la necesidad de controlarse por preservar la ecología. Es la virtud que hace falta frente a la sociedad consumista.

[Ver Manual de civismo, de V. Campo y S. Giner, en hojas]

El autocontrol es necesario para la libertad moral, pero no es suficiente. Puede haber autocontrol sin sentido moral como por ejemplo en los deportistas o las modelos de élite. También puede haber autocontrol con sentido inmoral como por ejemplo en los terroristas del 11 de septiembre. Se puede hasta enfermar de autocontrol (anorexia).

Autonomía. Cuando se da junto a las otras 2 podemos hablar de libertad moral plena. Significa darse la ley a uno mismo. Significa que las preferencias de segundo orden son criticadas y sometidas a examen. Uno es autónomo en la medida en que decide sus ideales, elige sus preferencias de segundo orden. El terrorista islámico no es autónomo porque le han lavado el cerebro; tiene un gran autocontrol pero carece de autonomía.

Para la autonomía hace falta juicio crítico y que haya un entorno que permita tener diferentes puntos de vista

(información alternativa). Puede haber autonomía pero falta de autocontrol. Esto se llama falta de voluntad política.

La libertad es el justo equilibrio entre autocontrol, autonomía y espontaneidad.

APLICACIÓN A LA COMUNICACIÓN

Podemos distinguir 4 puntos:

1– Estos conceptos se pueden aplicar a los medios de comunicación. En ellos se puede dar la espontaneidad, el autocontrol y la autonomía.

– *Espontaneidad*. Vale lo que elige el público. Cuando se quiere criticar Tómbola, la respuesta de los medios es que la gente elige ver eso. En realidad la gente no elige libremente, sino espontáneamente. Los medios de comunicación tienen muchos recursos para captar la atención del espectador: un guión interesante o mecanismos técnicos. Así, el cambio rápido de imagen atrae más la atención. La serie manga japonesa Pokemon o los videoclips utilizan esto (en Japón se produjo un episodio de epilepsia fotosensible en todo el país por un exceso en la velocidad de cambios de imagen de un episodio). Cuando a la gente se le pregunta por lo que ve, responde según criterios de autonomía y autocontrol, pero cuando hacen zapping eligen según la espontaneidad. Si a la gente le informas de todo lo que hay detrás de tómbola y aún así eligen verlo, no se les puede decir nada.

– *Autocontrol*. Cuando se produjeron los atentados el 11 de septiembre se pospusieron los estrenos de las películas más violentas, aún sabiendo que perderían dinero. Lo hicieron por no herir la sensibilidad, pero a los 6 meses volvieron las películas violentas.

– *Autonomía*. En los medios se llama autorregulación. La autonomía es más pasajera y no es necesario que sea pública. La autorregulación es pública porque mejora la imagen y tiene un sentido permanente. Esto se muestra en los manuales [ver dossier].

2. Comunicación y manipulación

Una comunicación que se dirige a los componentes más básicos de la condición humana no es ética. Si nos dirigimos a los aspectos más humanos es más ética. [Ver últimas citas del tema y hojas 2 y 3 de los artículos].

3. [Ver hoja manipulación / información]

4. A partir de la motivación (Maslow), se puede intuir qué es una sociedad justa. Ésta debe promover lo más característico del ser humano: la libertad. Tendrá estas características:

– Una sociedad justa tratará de evitar situaciones de carencia vinculadas a las necesidades básicas (hambre, sed, sexo y seguridad). En la sociedad occidental esto está superado.

– Debe promover el autocontrol (educación y formación) y la autonomía. Se debe poder reflexionar, madurar. La responsabilidad en la educación también la tienen los medios de comunicación y todos los que se dirigen a los menores.

– Una sociedad justa promoverá la autonomía de las personas. Esto tiene que ver con la comunicación y con la información. Ha de haber cultura, información, libertad de expresión, de opinión, de crítica y de creación. Para que haya autonomía se necesita que haya libertad de expresión (se refiere a que un emisor pueda publicar). No se puede ser autónomo si te engañan ni ser libre si la información es falsa. Es la idea del derecho a la información que complementa la libertad de expresión. En el artículo 19 de la declaración de los

Derechos Humanos de 1948 se habla de estos dos derechos.

1.3.2– Diferencia entre autenticidad y autorrealización

AUTENTICIDAD

La autenticidad es realizar el propio proyecto vital. Existe cierta forma de ser persona que constituye mi propia forma. No se debe vivir por imposición o por imitación. Ortega habló del imperativo ético de llegar a ser el que eres.

Para que haya autenticidad hace falta:

- *Vocación*. Realizar aquel proyecto de sí mismo que es nuestra vida.
- *Esfuerzo y perseverancia*.
- *Misión*. Sentido de que la elección está vinculada a algo externo con lo que tienes que cumplir (Ortega). Charles Tyler lo llama horizonte de sentido.

Haciendo esto la persona ha cumplido. La recompensa es el éxito pero no tiene por qué darse. La autenticidad es un valor del s. XIX y de la democracia (todos valemos lo mismo).

La autenticidad previene el paternalismo, que es la extrapolación de la figura del padre a la política. Se da cuando alguna autoridad te dice cómo tienes que vivir. El paternalismo excluye la crítica.

AUTORREALIZACIÓN

Es la versión americana de la autenticidad (selffulfillment) y surge a principios del s. XX.

Es el ideal que Maslow pone en la cima de su pirámide. Tiene que ver con la idea del hombre que se hace a sí mismo. Es un ideal más autocentral. Se trata, en primer lugar, de preguntarse a uno mismo por sus habilidades, potenciales, gustos, capacidades etc. La segunda pregunta es sobre qué es aquello que lo desarrollaría al máximo.

En la autorrealización hay vocación, esfuerzo y perseverancia, pero no hay sentido de misión. No se pregunta uno por nada externo, sino por sí mismo. Es un ideal positivo que ha perdido algo.

AUTOSATISFACCIÓN

Hay un cambio en la segunda mitad del s. XX. Al hilo de una cultura consumista estos dos ideales se han convertido en autosatisfacción. La gente se pregunta por sus posibilidades y el proyecto vital consiste en explotar al máximo estas posibilidades. Hay que hacer muchas cosas que lleven a uno a agotar todas las posibilidades. No hay sentido de misión ni esfuerzo y perseverancia (se hace el mínimo necesario y después se cambia de actividad). Es el modelo de vida actual en el que el único objetivo es buscar la máxima satisfacción personal, donde el sentido de vocación desaparece. Es la cultura de los gerundios (–ing: zapping, puenting...). Es el ideal de la cultura consumista.

La cultura de comunicación actual invita a la autosatisfacción. La vida tiene que ser glamorosa. La individualidad se consigue de forma fácil y rápida, mediante la excentricidad. Hay que desmarcarse de los demás para demostrar que has hecho algo (record guinness, por ejemplo). Características de la cultura audiovisual:

- Glamour
- Excentricidad
- Récord

Los valores de la autenticidad (mismo valor de las personas y no paternalismo) ahora se aplican a la autosatisfacción. Se produce un problema de error de juicio y se dice que todo lo que hace la gente está bien porque busca su satisfacción. Así, vale lo mismo la vida de un ladrón que la de la Madre Teresa porque ambos buscan la satisfacción, y esto no se puede criticar. Pero se debería poder criticar de acuerdo al sentido común.

Una cultura de la autosatisfacción es la diversión. Sin embargo, la cultura de la autorrealización o de la autenticidad es la alegría. No hay que confundir diversión con alegría. La sociedad actual nos invita a conseguir la alegría a través de la diversión, pero éste es un camino erróneo.

Cuando esto afecta a los medios de comunicación aparece la información de interés humano. Esto puede oscilar entre acercarnos a la autenticidad de las personas o degenerar hacia la curiosidad. Esto se ve en el caso de la violencia de género, que antes apenas aparecía en los medios. Ahora se presenta el problema y se intentan buscar soluciones, pero también se puede utilizar esto para explotar el morbo y hacer crecer la audiencia.

Para que el interés humano sea digno se necesita respeto, reconocimiento, comprensión y capacidad para ponerse en el lugar del otro. Hoy en día no hay respeto, se fomenta la curiosidad y el morbo, y el punto de vista es externo y frío.

1.3.3– Desmoralización y cambio social / 1.3.4– Progreso y moral

DESMORALIZACIÓN Y CAMBIO SOCIAL

El devenir humano está ligado a grandes procesos históricos sujetos a legaliformas (la globalización, por ejemplo). Por un lado se dice que eres libre pero después esto queda en nada. Así, el periodista que ha estudiado en la universidad, cuando entra en un grupo mediático (Vocento o Prisa, por ejemplo) se ve sujeto a los intereses de ese medio.

Esta contradicción se puede resolver haciendo fluir esa libertad hacia otros ámbitos privados en los que podemos cultivarla (durante el fin de semana, por ejemplo). No podemos cambiar lo que ya está establecido aunque no sea ético.

Ortega dice que para hablar de moral hay que diferenciar entre estar altos o bajos de moral. Si se está bajo de moral no se puede llevar a la práctica lo que uno cree que es correcto. Hay que tener ánimo y fortaleza para enfrentarse a los retos. [Ver cita Ortega]

Sartre dice que uno se plantea que tiene que cambiar las cosas porque no estamos fuera del mundo, sino dentro de él. Si uno va escribiendo su biografía mediante la toma de decisiones, va cambiando el ámbito en el que vive y por tanto va cambiando el mundo. Sartre influyó en los jóvenes de mayo del 68: la última generación no desmoralizada, con expectativas de hacer mejor el mundo. [Ver cita Sartre].

La idea de cambio social del s. XIX y principios del XX decía que los grandes procesos (las relaciones humanas) sólo se pueden cambiar con grandes procesos (revoluciones). La sociedad sólo se ha podido cambiar por un proceso revolucionario (en lo moderno, revoluciones inglesa, americana, francesa y soviética). Hay gente que piensa en provocar revoluciones haciendo cosas malas para que las cosas vayan a mejor tras la revolución (es la mentalidad de los terroristas). Ésta es una teoría anarquista y es un error del s. XX.

La humanidad realmente no cambia a golpe de revolución porque sólo ha habido 4 o 5 en la historia, sino por evolución. Los cambios van poco a poco. El cambio evolutivo se produce a medida que va cambiando el modo de pensar de la gente. De hecho, el gran cambio del s. XX ha sido una evolución, no una revolución: la integración de la mujer. La ecología es un ejemplo de cambio en proceso.

Cuando se intentan ver las cosas desde arriba, se dice que se adopta una postura macro y cuando se utiliza una perspectiva más cercana a la gente se denomina micro. La historia se ha fundamentado en procesos macro, pero en el s. XX se ha equilibrado esto.

El periodismo se mueve entre estas dos cosas: lo micro para los sucesos y lo macro para lo histórico. Una buena combinación de ambas perspectivas es lo más adecuado para el periodismo. Es el lema ecologista aplicado al periodismo: piensa globalmente, actúa localmente. Si hablamos de lo pequeño podemos hacer que la gente se mueva, pero si hablamos de lo macro la gente se queda en el sillón porque lo ve muy lejano y siente que no puede hacer nada. [Ver textos Poder ciudadano y La socialización de la política].

PROGRESO Y MORAL

Uno de los argumentos contra la moral es que ésta se va quedando anticuada. La moral va unida a la libertad; podemos ser morales porque hay libertad. Donde hay más libertad, hay más espacio para la moral, pero esto no quiere decir que somos mejores o peores.

El progreso científico desata las constricciones naturales, los lazos de la naturaleza que nos atan, y por tanto, somos más libres cada vez. Por ejemplo, el hambre ya no es un problema climático (natural), sino social (de distribución de la riqueza).

Lo que caracteriza la evolución humana es esto: lo que antes decidía la naturaleza ahora lo tenemos que decidir nosotros. Los últimos avances en genética son clara muestra de ello.

La tecnología hace más necesaria la ética. Por ejemplo, antes no había microcámaras que pudieran coartar el derecho a la intimidad. La moral debe tener un mayor espacio cuanto mayor es el avance tecnológico.

Tema 2 – BASES SOCIALES DE LA MORAL

Las personas han de hacer su biografía con autenticidad, autocontrol y autonomía, pero esto es individual. Hay que tener en cuenta a la sociedad. Hay 3 alternativas para relacionar las decisiones individuales con los demás:

- Tratar de imponer mis decisiones y mis preferencias sobre los demás. Así se puede llegar al conflicto.
- Que haya un poder que imponga a todos su preferencia. Esto solventaría el problema de la seguridad pero perderíamos en libertad.
- Alternativa moral: hacer un ejercicio por el cual uno mismo discrimina aquellas preferencias propias que son incompatibles con los demás. Esto elimina el conflicto y se descubren nuevas posibilidades de realización (enriquecimiento).

Introducción: egoísmo frente a cooperación. El darwinismo social y la sociobiología

El darwinismo social tuvo éxito entre 1880 y 1930, y la sociobiología entre 1980 y 1990.

Ambas consisten en exportar las ideas de la biología de Darwin (1809–1882) al campo de la sociedad. Él mismo no apoyaba estas ideas pero otros autores cogieron sus ideas y las aplicaron a la sociedad. Estas teorías

se apoyan en los argumentos contra la moral del tema uno: egoísmo y progreso.

Darwin dice que la evolución natural es el producto de la competencia entre individuos. Nacen más individuos de los que pueden sobrevivir y hay una lucha por la supervivencia. En esta lucha vence el más fuerte, el más adaptado, el que se reproduce y tiene descendencia, de modo que se seleccionan los rasgos de los mejores y la nueva generación está mejor adaptada. Así evolucionan las especies y en cada generación se repite esto.

De esto se deduce que lo más inteligente es competir. Una conducta altruista es, desde el punto de vista personal, inadaptativa, porque estás ayudando a rivales que te pueden vencer. Además perjudica al conjunto del grupo porque permite que sobrevivan individuos que no deberían hacerlo.

Así, un estado del bienestar sería perjudicial para la sociedad. [Ver citas 1, 2, 3 y 4].

Esto da lugar a las primeras sociedades engenésicas (selección de los genes de los más aptos) en 1907 en Gran Bretaña y en 1916 en EEUU. Promovían la selección de los genes blancos, arios. En 1931 había leyes de esterilización voluntaria y obligatoria en 27 estados de EEUU para delincuentes y deficientes mentales. Esto lo llevan los nazis al extremo, pero al acabar la II Guerra Mundial todas estas leyes desaparecen y aparece el estado del bienestar.

En 1980 aparecen dos autores (Wilson en EEUU y Dawkins en Gran Bretaña) que rescatan estas ideas: aparece la sociobiología. Wilson gana el Pulitzer en 1978, lo que le dio notoriedad, y Dawkins publica el best seller *El gen egoísta*.

Perfeccionan a Darwin. Dicen que la competencia no existe entre individuos, sino entre genes. Dicen que somos máquinas programadas para competir agresivamente [Ver cita 5].

Estas dos ideas triunfan en momentos álgidos del capitalismo. El darwinismo social en la época del imperialismo y del capitalismo monopolístico (1880–1930) y la sociobiología en la llamada nueva etapa globalizadora del capitalismo de occidente con Thatcher y Reagan (1980–1990).

Pero hay dos pruebas (una abstracta y otra empírica) que demuestran que es mejor cooperar.

2.1– Prueba abstracta de la cooperación humana: el dilema de los prisioneros

La teoría de los prisioneros está tomada de la teoría de juegos. Consiste en diseñar escenarios abstractos de situaciones complejas para estudiar qué conducta es la habitual y cuál sería la mejor. Lo que se hace es simplificar y quedarse con el núcleo duro del problema. Cuando se llega a una conclusión se aplica a la realidad.

2.2.1– El dilema de los prisioneros: sus causas y soluciones

Se incluye dentro de La evolución de la cooperación: la teoría de los juegos de Robert Axelrod.

LAS CLAVES

Primer supuesto. Racionalidad de los individuos. Cada uno tiene unas preferencias propias y desea verlas realizadas al máximo. Cada persona trata de maximizar sus preferencias. Esto se conoce como egoísmo racional (no egoísmo moral). Somos individuos interesados y en principio la conducta natural del individuo es buscar la satisfacción de las preferencias.

Segundo supuesto. Hay dos jugadores que no pueden comunicarse entre sí y tienen que elegir entre dos estrategias posibles:

- Cooperar. Lo que implica ajustar sus preferencias a las del otro.
- Defraudar. Preferencia egoísta, inmediata y racional (maximizar la propia preferencia).

Tercer supuesto. En principio a cada jugador le interesa defraudar, maximizar su propia preferencia. La estrategia no cooperativa es la que triunfa. Sin embargo, al hacer cada uno lo que le interesa el resultado es peor que si cooperaran. El resultado es que la estrategia individual racional conduce a un resultado subóptimo colectivo peor para todos. No siempre competir es mejor.

EL PLANTEAMIENTO

En el dilema de los prisioneros, dos personas cometen un delito penalizado con 12 años de prisión. La policía les detiene y los encarcela en celdas separadas de forma provisional porque no tiene pruebas suficientes. Ofrecen a ambos la posibilidad de quedar libres si acusan al otro. Por tanto, cada uno de los prisioneros tienen dos opciones: acusar o no acusar. Veamos que pasa en cada caso:

Prisionero X

Prisionero Y Acusa No acusa

Acusa **10/10 0/12**

No Acusa **12/0 0/0**

Si uno acusa y otro no acusa, el acusador queda libre por cooperar con la policía mientras que el que no acusa se va a la cárcel 12 años. Si los dos se acusan ambos van a la cárcel durante 10 años. Si ninguno de los dos acusa quedarán libres por falta de pruebas

Los dos elegirán la estrategia de acusación por miedo a que el otro también acuse, pero si ambos hubieran elegido no acusar hubieran salido de la cárcel. Esta es la conducta humana estándar, lo habitual, y no se puede hacer de ello un juicio moral.

En periodismo también pasa que hay que es complicado encontrar soluciones. Hay muchas situaciones en las que nos encontramos con el dilema de los prisioneros y el resultado es peor si se sigue la condición humana estándar.

Muchas de las situaciones de la vida real son de este tipo. Por ejemplo, en cuestiones ecológicas o cuando nos planteamos coger bus o coche. Se piensa que es tonto el que coge el bus y cogemos todos el coche, lo cual produce atascos y por tanto tardamos más en llegar.

El problema del dilema no está en que seamos interesados, sino que pasa por otras cosas. No hay que prescindir del interés particular. La gente piensa que ser bueno es ir en contra del interés propio. Si la gente piensa que la ética significa renunciar a las cuestiones de interés propio, desaparece la ética. Ser moral no es renunciar al interés, sino pasar por ello inteligentemente. En el ejemplo anterior, la cooperación hubiera llevado al mejor resultado.

Por tanto, el problema en el dilema no es el interés, sino la comunicación. Es lo que los economistas llaman situación de información imperfecta o de incertidumbre. Lo normal en una situación de incertidumbre es barrer para casa pero cuando se cruzan dos posturas así, el resultado sale erróneo. No es que seamos malos, sino que en el mundo contemporáneo aumentan las situaciones de incertidumbre y barremos para casa.

La gente malvada es egoísta moral mientras que el caso de ahora es un egoísmo racional. Han aumentado las

situaciones de incertidumbre porque las sociedades han cambiado de rurales a urbanas y masivas. En un mundo rural, en un pueblo pequeño, la incertidumbre desciende porque es más fácil prever si se va a cooperar, mientras que en las ciudades predomina en barrer para casa porque es mayor la incertidumbre.

Si barremos para casa nos va peor a todos a la larga. Esto no significa que seamos peores o malvados, sino poco inteligentes para saber tomar soluciones. En Japón se aplicaba el sistema feudal en las empresas, de forma que desaparecía la incertidumbre y el trabajador lo daba todo.

La mejor acción es la menos egoísta, pero al tomar una decisión en una situación de incertidumbre se opta por la opción más egoísta.

LAS SOLUCIONES

Hay 4 soluciones para salir del dilema de los prisioneros:

1 – Alma bella. Que uno de los prisioneros sea lo que Hegel llama un alma bella. Es una persona bondadosa que piensa que todo el mundo es bondadoso. En nuestra sociedad estas personas pasan por ingenuas, cándidas. Esto no es adecuado porque la sociedad traiciona cuanto más masiva es. Esta estrategia cooperativa sólo sirve en una sociedad en la que todos se conocen.

Siempre que se pasa de sociedades rurales a urbanas aparecen personajes bondadosos que se topan con una nueva realidad en la ciudad. Esta figura la han explotado Voltaire, Dostoievsky y la filmografía de los años 60 en España (Paco Martínez Soria).

2 – Afecto. Tener un vínculo afectivo muy fuerte hacia la otra persona. Si en la otra celda hay alguien a quien quieres cooperarás y no actuarás de forma egoísta. Reduce mucho la incertidumbre y en justicia estos vínculos suponen agravantes o eximentes. Cuando se quiebra este vínculo se hace mucho daño a la otra persona.

No es una solución en sociedades masivas porque si tuviéramos que basar la cooperación en sentimientos afectivos no cooperaríamos nunca. Pero como este vínculo es bueno se le han buscado sustitutos que permiten proyectarlo hacia más gente:

- El racismo. Si alguien tiene la misma raza que tú cooperará contigo más que con otra persona. De esta forma, cuando más se parezca a ti la otra persona, más cooperarás con ella. De aquí que los negros americanos se llamen 'brother' entre ellos. Esto es falso porque la cooperación es individual.

- El nacionalismo. Vínculo afectivo con los que son de tu misma nacionalidad. También es falso porque esto conduce a situaciones bélicas. El nacionalismo surge para compensar los lazos afectivos que rompe el capitalismo.

- La religión, en especial cuando se convierte en fundamentalista. Es el caso de Oriente Próximo.

Para propagar estos 3 pegamentos sociales se utilizan los medios de comunicación.

3 – Totalitarismo. Es todo lo anterior llevado al extremo. Consiste en hacer que todos los miembros de una sociedad sean iguales y piensen igual. Al ser todos iguales, se reduce la incertidumbre. De esta forma, Stalin mató a los campesinos que no se adaptaron al sistema comunista ruso y Mao llegó a hacer vestir a todos igual en China.

Cualquiera de estas 3 soluciones no es buena.

4 – Alternativa moral. Tiene varias formas de hacerse efectiva:

– Comunicación. La forma de reducir la incertidumbre sobre lo que va a hacer la otra persona es comunicarse con ella. Es tratar de entender al otro. Si los prisioneros se pudieran haber comunicado podrían haber hecho una estrategia. Se trata siempre de una comunicación horizontal, de igual a igual, no vertical. Con la inmigración ocurre que si no te comunicas con el inmigrante no sabrás cómo va a reaccionar y por tanto habrá más incertidumbre sobre lo que podrá hacer, lo cual genera rechazo.

– Acuerdo. Si llegas a un acuerdo se reduce la incertidumbre. Puede ser:

· Explícito (pacto). Ocurre con los pactos de sangre entre los mafiosos.

· Implícito (normas). Se comparten ciertas normas que presuponen el comportamiento del otro.

2.1.2– La estrategia del gorrón y sus costes

Supongamos que tenemos un dilema en el que hay que decidir varias veces si cooperar o no y en el que se dan las siguientes premisas:

– Si los dos cooperan, un punto para cada uno.

– Si ninguno coopera, ningún punto para ninguno.

– Cuando uno coopera y otro no, cero puntos para el que coopera y dos para el que no coopera.

El tercer caso solo se puede dar repetidas veces con un alma bella, ya que en el resto de situaciones el otro se da cuenta y la cosa acaba con 0–0 porque nadie coopera.

Cooperando se suman más puntos poco a poco que en las otras estrategias. En el torneo, las reglas decentes ganan y los que quieren cooperar prosperan. Los que no quieren cooperar no prosperan. Pero si alguien deja de cooperar, el resto dejará de hacerlo y se convertirá en un caos.

La solución para este dilema es la estrategia más simple, llamada 'toma y daca'. Consiste en cooperar en la primera jugada y actuar con reciprocidad en las siguientes, es decir, hacer lo mismo que hace el otro.

Axelrod da recomendaciones para desarrollar una estrategia decente:

– No pensar que las interrelaciones humanas son juegos de suma cero (suma cero es todo juego en el que lo que uno ha ganado lo han perdido otros). En el ser humano la mayoría de las relaciones son de suma positiva donde todos ganan con la cooperación (unos más que otros). La mentalidad estadounidense es de suma cero.

– No ser envidioso. Se tiende a fijarse en el ganador y eso es negativo. Lo positivo es la autocomparación y la autosuperación.

– No ser el primero en no cooperar.

– Reciprocidad. Puede ser:

· Positiva. La cooperación devuelve cooperación.

· Negativa. Al no cooperante se le devuelve en no cooperar, pero hay que decirle que se piense el no volver a cooperar. El exceso de bondad en las relaciones humanas es negativo. Cuando se lanza el mensaje de que no vas a cooperar porque el otro no lo hace, este otro debe responder positivamente. En el mundo de los corderos, gana el lobo. La educación excesivamente agresiva es perjudicial pero también lo es en un ambiente

excesivamente tolerante.

– No ser vengativo. La venganza es una incitación a la incertidumbre. Las estrategias de venganza son las peores que hay.

– Recomendación moral. No ser un free-rider o un gorrón. El gorrón tiene éxito si el número de partidas de la jugada es fijo o si puede acabar la partida cuando él decida. Sabe que está actuando mal, no como en el dilema de los prisioneros, por lo que comete una falta moral. El gorrón traiciona porque no coopera en la última jugada, gana la partida y se va.

LOS COSTES

La estrategia del gorrón es ganadora, pero paga unos costes:

Primer coste: fingir. El gorrón tiene que hacer pensar que va a cooperar. La sinceridad es algo que no cuesta, pero la falsedad sí porque mintiendo se pierde en espontaneidad y autenticidad.

Segundo coste: la soledad. El gorrón se priva de la comunicación sincera con los demás y por tanto la relación con el otro nunca será auténtica. Pueden ser personas sociales, pero no se comunican realmente y esto contamina la relación desde la primera jugada. Los gorriones son personas solitarias y la soledad a la larga revierte sobre uno mismo. Cuando uno miente es actor de sí mismo y se autoinduce a la soledad.

Sin embargo, hay estrategias compensatorias de la soledad como formar un entorno pequeño de cooperación y enfrentarlo a otro entorno de no cooperación. La gente que hace esto prospera mucho y muy bien, como por ejemplo los grupos mafiosos, pero pagan el precio de enfrentarse a lo que hay afuera. Nunca se sabe con total certeza donde está la frontera de la cooperación y de la no cooperación. La no cooperación interna se revierte contra uno mismo porque se imponen duros castigos.

El gorrón es un jugador de todo o nada (free-rider). Cuando se descubre como no cooperador pierde el crédito. Esto tiene el coste de tener que calcular cuándo te vas a descubrir: si te descubres pronto habrás acumulado poco puntos, pero si te descubres tarde habrás fingido demasiado.

Tercer coste: morir de éxito. El gorrón puede hacerlo tan bien que le descubran por eso.

Es el caso de Janet Cooke, redactora del Washington Post que ganó el Pulitzer de periodismo con 26 años. Hizo un reportaje que tuvo mucho éxito y levantó una gran expectación, llamado 'El mundo de Jimmy', sobre un traficante de 8 años. Esta periodista era de Toledo (EEUU) y un diario local le hizo un especial. Se dan cuenta de que algunos datos que ponía en su currículum no eran verdad y se ponen en contacto con el Washington Post, que inicia una investigación para comprobar hasta dónde habían llegado estas mentiras. Finalmente se reúnen los altos cargos del diario con ella y se desvela que lo de Jimmy también era mentira. Janet Cooke era una mentirosa patológica y tuvo que devolver el Pulitzer. El defensor del lector de Washington Post tuvo que explicar lo que había pasado.

Cuarto coste: la movilidad. Cuando pillan al gorrón pierde su crédito. El gorrón tiene que desplazarse porque ya le conocen. En España la gente que se dedica a esto no se desplaza de forma horizontal (de lugar), sino verticalmente (entre grupos sociales). Se les conoce como 'trepas'.

Estos cuatro costes pueden compensarse porque son estratégicos, pero el quinto no.

Quinto coste: la conciencia moral. Si has traicionado o mentido, siempre sabrás que lo has hecho. En principio no es grato vivir sabiendo esto. Si no se educa a la gente en la conciencia moral este cargo desaparece.

2.2- Prueba empírica de la cooperación social: el capital social

Robert Putnan, profesor de la Universidad de Harvard escribe dos grandes obras: 'Making democracy work' (1993) y 'Bowling Alone' (2000).

2.2.1- El capital social: origen del concepto y sus beneficios

Su primer libro empezó a gestarse en los años 70 cuando Putnan estaba en Italia en el momento en que se crearon los gobiernos autonómicos. Estuvo hasta los años 90 recogiendo datos y se dio cuenta de que los gobiernos del norte acabaron funcionando mejor que los del sur.

Putnan le da la vuelta a la teoría clásica que dice que si la política y la economía funcionan, la sociedad ha de funcionar bien. Dice que la economía y la política funcionarán bien si primero funciona bien la sociedad.

La teoría clásica ha hecho mucho daño a la modernización. Así, desde el Fondo Monetario Internacional se ha hecho una política de crear pantanos en zonas poco desarrolladas pensando que las personas que viven cerca del nuevo pantano mejorarán su situación. En China, el pantano de las Tres Gargantas ha desplazado a un millón de personas. Realmente lo que ha hecho esto es beneficiar a las grandes multinacionales de la energía eléctrica y llevar a malvivir a los arrabales de las grandes ciudades a ese millón de chinos.

El caso opuesto, el de Putnan, se da en Bangladesh con el sistema de los microcréditos. Consiste en dar pequeños créditos para que las familias y los pueblos pequeños puedan transformar su producción. Esto va más lento, pero fomenta el tejido social y es más positivo a la larga. Además se ha comprobado que las mujeres gestionan mejor estos microcréditos.

Putnan dice que lo que hace que un gobierno funcione mejor es que existan determinadas pautas de comportamiento cívico y esto depende de la densidad de vida asociativa de cada región.

Densidad Mejora del vigor Mejor vigor

de vida -> de pautas de -> de eficacia

asociativa comportamiento cívico democrática

Putnan propone el concepto de capital social. No sólo ha de haber capital económico, sino también redes de confianza. El capital social es el conjunto de redes y normas de reciprocidad y confianza fomentadas entre los miembros de las asociaciones de la comunidad gracias a su experiencia en la interacción y la cooperación social.

El capital social aumenta la cooperación de la gente y la cooperación de la gente aumenta el capital social. Es un círculo virtuoso. En principio cualquier colectivo que fomente las relaciones de la gente es bueno.

VENTAJAS DEL CAPITAL SOCIAL

Se han descrito hasta 11 ventajas del capital social:

- Ventajas sociales

1- *Educa en la cooperación.* En la sociedad actual, debido a la integración de la mujer en el trabajo, las familias tienen un sólo hijo. Además cada vez hay más separados. Un niño no aprende a cooperar en nuestra sociedad, en las ciudades. Si la gente no tiene espacios en los que aprender a cooperar, no lo hará. La televisión invita a competir, no a cooperar. El niño aprende a cooperar en otros ámbitos como clubes

deportivos, colectivos etc.

2- *Desarrolla la virtud cívica*, que es la capacidad de aportar puntos de vista diferentes al propio, de no ser egoísta. Si una persona se cría aislada no tendrá este valor que es fundamental y que consiste en ponerse en el lugar de los demás.

3- *Mecanismo de resolución de problemas*. Los colectivos pueden resolver problemas por sí mismos. En España se pensaba que había intrusismo en los medios (mucha gente no titulada) y en los años 80 en las facultades se movilizaba a los alumnos para pedir una ley de periodismo. Esta es una movilización que no crea capital social y de hecho hoy en día no se ha mejorado nada en esto. A finales de los 90 la gente se da cuenta de que estas movilizaciones no han servido para nada y se crean organizaciones de periodistas fuertes que sí crean capital social. Así, en el 2001 los periodistas y la patronal acordaron el primer convenio colectivo.

4- *Crea votantes más críticos*. Todo esto hace juzgar críticamente a los políticos, lo que hace ciudadanos más activos y participativos.

5- *Aumenta la pluralidad informativa*. Incrementa la pluralidad y la cantidad de la información disponible, lo que hace que la toma de decisiones sea más cualificada y la evaluación de rendimiento sea más efectiva.

6- *Facilita el logro del consenso*. Cuando se tienen en cuenta los puntos de vista de los demás es más fácil ponerse de acuerdo.

- Ventaja económica

7- *Disminuyen los costes de transacción* que tienen que ver con la segunda mitad del proceso productivo. Donde las cosas no van bien, los costes de transacción aumentan. Por ejemplo, en una sociedad donde hay mucha delincuencia, los costes en seguridad y en abogados se disparan.

- Ventajas psicológicas

8- *Aumenta la sociabilidad*, la posibilidad de conocer gente. La misma sociabilidad aumenta el sentimiento de capacitación.

9- *Sentimiento de capacitación*. Aunque no se resuelva un hecho, te sientes bien por participar.

10- *La autoestima mejora*. Todo esto revierte en un aumento de la autoestima.

11- *Aumenta la calidad de vida* e incluso la longevidad.

La riqueza moral se pierde cuando nos aislamos.

Hay algunas cuestiones que Putnan no plantea. Por ejemplo, ¿sirve cualquier asociación? Putnan da la sensación de que dice que sí, pero esto es discutible. ¿Crea capital social la asociación del rifle americano? ¿Crean los grupos falleros capital social?

2.2.2- La contribución negativa de los medios de comunicación al capital social

La segunda obra de Putnan, 'Bowling alone' (2000), explica cómo se pasa del círculo virtuoso del capital social al círculo vicioso de la destrucción del capital social.

En EEUU la aportación a las universidades desgrava mucho fiscalmente. En esta sociedad es importante la

donación de fondos (resulta habitual leer detrás de las inscripciones de los bancos de los parques una chapa que dice: `donado por tal persona'). El libro se llama así, en parte, porque su investigación la financió por el dueño de una bolera.

Putnan observa que cada vez hay más gente en EEUU que juega sola a los bolos en lugar de hacer ligas, competiciones etc. Esto indica una caída del capital social. ¿Por qué cae el capital social en los EEUU desde los años 50? [Ver hoja `Por qué no son felices los estadounidenses'].

LA TELEVISIÓN COMO FACTOR DE EROSIÓN DEL CAPITAL SOCIAL

La televisión se ve más desde los años 50, momento en el que baja el capital social. La gente dedica una media de 3 horas y media al día a ver la tele, por lo que pierde la oportunidad de tener relaciones sociales. Esto supone perder el 40% del ocio en ver la televisión. Antes la televisión se veía socialmente (toda la familia), pero desde los años 80 se ha individualizado (ahora hay un monitor por persona en cada casa). Hay por tanto una correlación negativa entre ver la televisión y pertenecer a asociaciones. Sin embargo, la participación en asociaciones aumenta entre la gente que en lugar de ver tanto la televisión se dedica a leer la prensa. Putnan dice textualmente: cada hora gastada en ver la televisión se asocia con menos confianza social y menos pertenencia a grupos.

Esto no es sólo un problema de soportes, sino también de contenidos. Hay factores negativos en el contenido de la televisión:

- Tendencia a subrayar lo extraordinario. Lo ordinario se ve menos valorado y las relaciones de amistad y de confianza se ven deterioradas.
- Tendencia a que sea noticia la mala noticia. El resultado es que se crea una expectativa negativa del mundo.
- Presencia abismal de los contenidos violentos. Hablar de película de acción es hablar de película violenta. Si se da miedo a la gente, la gente tiene desconfianza.
- Mensaje competitivo individualista, sobre todo en programas concurso. El extremo de esto fue el programa de Telecinco `Confianza ciega'.
- Tendencia de los medios de comunicación a convertir a la gente en consumidores.
- Tendencia a convertir al público en espectadores pasivos (en inglés, se llama convertirse en una `coach-potato' o patata de sillón). [Ver texto del Comité de redacción de Canal 9].

2.2.3- La contribución positiva de los medios de comunicación al capital social

El periodismo tiene diversas formas de crear capital social:

- Per. de calidad -> Pluralidad e imparcial. frente neutralidad y objetividad.

Periodismo – Per. de servicio -> Utilidad para el ciudadano.

+ -> – Per. de soluciones -> Da voz a todos y ofrece soluciones extrapolables.

Capital social – Per. de anticipación -> Ofrece soluciones a hechos que se van a producir.

- Peri. cívico -> Acerca a las personas a los medios y a la vida pública.

Periodismo de calidad. Esto pasa por reconvertir los deberes de objetividad y neutralidad.

Las fuentes de información poderosas marcan la agenda de los medios. Generalmente los políticos y las grandes empresas son los que más capacidad tienen de ser fuentes informadoras. Si aplicamos esto a la objetividad estamos eliminando capital social. Hay que pasar de la objetividad a la pluralidad, donde se reflejan las distintas voces de la sociedad.

La neutralidad es la no intervención. Esto es un servicio implícito al poder. Hay que cambiar la neutralidad por la imparcialidad. La parcialidad, lógicamente es lo peor. La diferencia entre la imparcialidad y la neutralidad es que la imparcialidad obliga a tomar un rol más activo, llamado 'rol proactivo'. Por ejemplo, cuando un periodista va a una rueda de prensa y publica lo que ha dicho una empresa poderosa, es neutral, pero si a continuación acude a ver qué piensan otras personas al respecto y les da voz, está siendo imparcial.

Periodismo de servicio. Consiste en ofrecer un tipo de información esencialmente práctica y que pueda dar facilidad a la gente para resolver los problemas cotidianos. Es información útil que la gente puede usar en sus vidas. Esto está vinculado al periodismo local y suele aparecer en la sección de 'agenda' de los medios.

Hay que volver a prestigiar el periodismo de servicio y para ello es muy importante que el periodista se pregunte cómo afecta la noticia al receptor. El periodismo de servicio está ligado a la información movilizadora, que es la información que hace moverse al público, lo opuesto de la negación del capital social. Un espacio para practicar este tipo de servicio es internet.

Periodismo de soluciones. Frente a una ciudadanía pasiva y desmoralizada, el periodismo de soluciones trata de plantear al público la existencia de iniciativas para resolver problemas. Da voz a todos y ofrece soluciones que se pueden trasladar y aplicar a otro lugar. Se puede dar de dos formas:

- De forma programática (en la programación). Por ejemplo, la iniciativa de Telecinco, '12 meses, 12 causas'.
- Con la actitud del periodista de estar atento para ofrecer soluciones.

Periodismo de anticipación. Consiste en ganarle tiempo a la noticia y tratar de darle un aspecto positivo. Hay catástrofes y acontecimientos cíclicos previsible (inundaciones, incendios en verano, la gripe, las alergias de primavera, la declaración de la renta, el tráfico en fiestas etc.) a los que el periodista se puede anticipar y dar servicios y soluciones.

Otra forma de fomentar el periodismo de anticipación son los 'días D': día mundial del SIDA, de la violencia doméstica, del cáncer etc.

Periodismo cívico. Es una propuesta que se da en Norteamérica en los años 90. La campaña electoral del 88 de EEUU fue muy desagradable con continuas acusaciones y escándalos. A raíz de esto, muchos grupos de periodistas pensaron que no se había seguido una buena línea y se planteó una nueva forma de tratar las campañas electorales posteriores. Esta nueva forma intenta responder al sentimiento de alejamiento del público respecto de las instituciones políticas. Practicar un periodismo de escándalo hace que las personas estén descontentas y se produce un alejamiento del periodismo y de la política respecto a la sociedad. La disminución de la tirada de los diarios es la consecuencia de imitar el periodismo degradado de la televisión.

El periodismo cívico trata de recuperar lectores mediante la implicación de estos en la agenda de los medios. Se trata de cambiar los medios de comunicación para convertirlos en una plataforma de participación. Esto debe cambiar la opinión pública. Hay que sustituir el modelo de encuestas por el modelo de juicio público. Esto hace que la democracia sea más participativa y deliberativa. Características:

- Periodismo para la acción (periodismo de soluciones).

- Cobertura orientada al público. Los periodistas han de conectar con la ciudadanía. Esto se puede formalizar mediante encuestas e investigaciones cualitativas de mercado (lo hacen todas las empresas pero los medios de comunicación no suelen hacerlo).
- Fomentar la reflexión sobre los puntos de vista implicados.
- Plantear las consecuencias de las distintas alternativas que existen para que la gente pueda decidir con fundamento.

Tema 3 – 'MORAL' COMO SUSTANTIVO

3.1– Diferencias entre moral, costumbres y derecho

Moral proviene del latín 'mos, moris'. Era una palabra que se utilizaba en plural y con un campo semántico tremendamente amplio. Se refería a costumbres, hábitos culturales, instituciones, normas sociales, religiosas, jurídicas...

Cuando los romanos conquistaban un pueblo describían 3 cosas:

- La geografía física.
- La anatomía de los individuos.
- Las 'mores': costumbres, tradiciones etc.

Para los romanos no había separación entre moral, costumbres y derecho, sino que todo eran las 'mores'. Sin embargo si que distinguían diferentes tipos de sanción para estos 3 conceptos. La costumbre tenía una sanción social: el rechazo del grupo; la moral tenía una sanción religiosa: la condena en la vida futura o la no consecución de paraíso; mientras que el derecho tenía una sanción penal (cárcel, pena de muerte, latigazos...). Por tanto, una conducta inadecuada podía ser castigada de estas tres formas.

Los pueblos antiguos tenían la vida cotidiana sometida a amenazas. Se vivía en un constante miedo e incertidumbre ya que había muchos problemas de salud, hambre, enemigos, frío etc. El modo de protegerse era formar una cohesión muy fuerte dentro del grupo en el que cada uno tiene una función y su obligación es cumplirla. Y para conseguir que toda la gente se portara de una manera determinada había que poner fuertes sanciones.

Nuestra sociedad es expansiva y no hay tanta necesidad de controlar a los individuos porque controlamos el contexto (conocemos la mayoría de las enfermedades, no hay peligro de ser atacados por enemigos etc.).

El problema viene cuando alguien ha probado el mundo libre y de repente lo devuelven al mundo cerrado. Cuando una sociedad abierta se ve amenazada vuelve hacia atrás y se cierra. Esto es lo que está ocurriendo en la cultura islámica. El Islam se ve amenazado por la expansión de la cultura de occidente. De hecho, en los países donde más se implantó occidente, más prolifera ahora el islamismo radical: en Irán el Sha de Persia fue impuesto por EEUU, Afganistán fue dominado por Rusia, en Palestina y el Líbano ha proliferado el terrorismo islámico por la presión de Israel etc.

3.1.1– Diferencias y similitudes entre costumbres y moral

Dentro de las costumbres incluimos las normas de trato social.

SIMILITUDES ENTRE COSTUMBRES Y MORAL

- 1- No constituyen sistemas sociales institucionalizados. Antes la moral se institucionalizaba mediante la iglesia. En el caso de las costumbres un referente antaño fue la monarquía.
- 2- Carecen de formulación precisa y concreta. La excepción son las normas especializadas de protocolo.
- 3- Las sanciones son espontáneas o difusas

DIFERENCIAS ENTRE COSTUMBRES Y MORAL

- 1- Las costumbres tienen una sanción externa (sanción del juicio ajeno). La vergüenza se corresponde con esto. La sanción moral no depende del juicio ajeno, sino que es algo interno que se experimenta en el sentimiento de culpa.
- 2- En nuestras sociedades la moral se reserva para conductas que consideramos que tienen mayor trascendencia, significado e importancia. Las normas morales tienen mayor obligatoriedad, tienen más reprobación y requieren una justificación, una razón. Las normas de trato social solo requieren una explicación.
- 3- Las costumbres y las normas de trato social no requieren la adhesión y el reconocimiento interno, mientras que las normas morales sí. Aprender las buenas costumbres es bueno para llegar a la moral porque a través de las normas de trato se aprende a respetar.
- 4- Las costumbres muestran cómo actúa la gente. Hay una ligera carga normativa y descriptiva. Para conocer las costumbres de un lugar basta con adoptar un punto de vista externo. La moral dice cómo debe actuar la gente y tiene una carga normativa mayor. Para conocer la moral hay que preguntar y adoptar un punto de vista interno. Tiene un carácter más ideal porque nos dice cómo debe ser la sociedad.

3.1.2- Diferencias y similitudes entre derecho y moral

SIMILITUDES ENTRE DERECHO Y MORAL

- 1- El derecho y la moral coinciden en la regulación de los aspectos fundamentales de la convivencia y el orden social.



DIFERENCIAS ENTRE DERECHO Y MORAL

- 1- Hay aspectos del derecho que no se ocupan de la moral como el derecho procesal, administrativo, de empresa, algunos derechos civiles... También hay aspectos de la moral que no están acaparados por el derecho. En sociedades como la nuestra el derecho tiende a garantizar los derechos y libertades básicas de los individuos. El derecho penal no nos dice cómo vivir. En la época de Franco, el adulterio estaba penado porque no había separación entre costumbres y derecho. Con la democracia el adulterio se despenaliza porque el juicio moral cambia.
- 2- El derecho está altamente institucionalizado en su promulgación y aplicación. Esto dota al derecho de un sentido de exterioridad. El derecho y las costumbres se ven a la vista pero la moral no porque no está institucionalizada.

3- El derecho requiere promulgación oficial, pero la moral no. Para que una norma jurídica sea válida tiene que estar publicada en el BOE. Esto resta al derecho adaptabilidad y crea vacíos éticos. Un ejemplo de esto es cuando aparecieron en España las conductas suicidas o más recientemente en Alemania con el caso del canibal. Los vacíos legales son aprovechados para hacer negocio pero desde el punto de vista ético no hay vacíos. Como el derecho está regulado hay que estudiarlo. La moral no se estudia, sino que se reflexiona.

4- El derecho tiene sanción institucionalizada, tiene castigo asociado. En la moral no hay sanción institucionalizada. La sanción es la principal diferencia entre ambos.

5- Modo en que se cumplen. El derecho no requiere que te identifiques con él al cumplirlo mientras que la moral debe tener un convencimiento interno. [Ver cita 1].

3.1.3- Definición de "moral" y de "moralidad"

La moral necesita convencimiento de la gente y ha de estar interiorizada. Este convencimiento interno se llama moralidad. Para que haya moral pública debe haber moralidad individual. La moral descansa en la moralidad; se requieren una a la otra. La moral es social y la moralidad es personal.

Se pueden destruir mutuamente y esto es lo que ocurre en nuestra sociedad.

El cambio moral se produce cuando te educan en una moral social y a medida que maduras construyes tu propia moralidad. A la generación siguiente le transmites esa segunda moral y así sucesivamente. Si desaparece la moral o la moralidad, desaparece este círculo. [Ver cita 2].

3.2- Ventajas e inconvenientes de la diferenciación entre moral, costumbres y derecho

3.2.1- Ventajas de la diferenciación entre moral, costumbres y derecho

VENTAJA DE LA DIFERENCIACIÓN ENTRE MORAL, COSTUMBRES Y DERECHO

Universalización -> Hans Küng

Ventajas -> Derecho: garantía mínima

Individualización -> Costumbres

Las costumbres pueden ser locales, mientras que la moral puede ponerse en común para todos los pueblos. La experiencia de viajar hace posible ver que hay gente que hace cosas distintas, observar sus costumbres y comparar las similitudes de una determinada moral con la propia.

El primer caso documentado de esta comparación (costumbres y moral) entre grupos culturales distintos aparece en 'Las guerras persas' de Heródoto. Darío, rey persa, pregunta delante de Heródoto a dos vasallos cuánto estarían dispuestos a pagar por enterrar a sus muertos. La respuesta del vasallo indio es nada porque su costumbre es comérselos. El vasallo griego responde que no se lo comería por nada del mundo y que pagaría lo que fuera por enterrarlo. Este ejemplo muestra diferentes costumbres (enterrar a los muertos y comérselos) pero una misma norma moral: honrar a los muertos.

Esta separación va asociada a culturas comerciantes porque han podido comparar.

Un principio de la universalización de la moral es la Declaración de los Derechos Humanos de 1948.

Hans Küng también propone una ética universal. [Ver texto de Küng].

Küng percibe con la caída del muro de Berlín la tercera oportunidad para crear una ética universal. La primera oportunidad se dio tras la I Guerra Mundial con la creación de la Liga de Naciones, pero fracasa con la aparición de los fascismos. La segunda oportunidad se da después de la II Guerra Mundial con la proclamación de los Derechos Humanos, pero se pierde con la Guerra Fría.

Küng impulsa la celebración en 1993 del II Parlamento de las religiones del mundo en Chicago. Las religiones han sido a lo largo de la historia un motivo de guerra, pero ahora se trata de encontrar una ética común, dejando de lado lo teológico. Como resultado aparecen los principios de una ética universal, firmados y aceptados por 200 líderes religiosos, que en julio del 2004 se volverán a reunir en Barcelona. Kung en su texto saca a relucir estos tres puntos comunes entre todas las religiones:

– *Primero*. Un nuevo orden mundial requiere una nueva ética mundial. La clave no está en el derecho, sino en la ética.

– *Segundo*. Aspecto de la persona como clave fundamental del documento:

- Todo ser humano tiene una dignidad inviolable.
- Regla de oro: no hagas a los demás lo que no quieres que te hagan a ti.

– *Tercero*. Cuatro mandamientos fundamentales:

- Cultura de la no violencia.
- Cultura de la solidaridad.
- Cultura de la tolerancia.
- Cultura de la igualdad.

– *Cuarto*. Necesidad de un cambio de mentalidad.

Al restringirse el derecho para garantizar las libertades básicas, aumenta el espacio para elegir libremente.

3.2.2– Costes e inconvenientes de la diferenciación entre moral, costumbres y derecho

INCONVENIENTES DE LA SEPARACIÓN DE MORAL Y COSTUMBRES

1– Inseguridad, incertidumbre e insatisfacción. En sociedades cerradas se paga el precio de la libertad pero se tiene la seguridad de que el sistema funciona. Nosotros que tenemos libertad pagamos el precio de la inseguridad. Si no eliges, no puede fracasar; si puedes elegir, puedes fracasar, lo que produce un miedo al fracaso. Esto genera costes psicológicos de ansiedad, estrés, insatisfacción etc.

En otras sociedades la tradición da sentido a la vida cuando no hay diferencia entre moral, costumbres y derecho. En nuestra sociedad todo está relativizado en el 'yo' (elección subjetiva). Esto se subsana haciendo cosas que den sentido a la vida. Por ejemplo, el periodista que va a la guerra por la paz, no por intereses económicos.

En nuestra sociedad hay una presión constante para el éxito – fracaso. Estas debilidades (no éxito) deberían salir a flote, verse y debatirse en los medios de comunicación, pero no lo hacen. Si lo hicieran se acercarían más al público.

2– *Riesgo de las nuevas conformidades.* Nuestra sociedad no nos da identidad. En las sociedades cerradas sí hay identidad porque hacen lo que se hizo antes y lo que se hará en un futuro. Con la libertad hay déficit de identidad, por eso necesitamos la aprobación del grupo. Aumenta el riesgo de que aparezcan grupos que otorgan una respuesta fácil al problema de la identidad. Se llaman grupos identitarios: sectas religiosas, nacionalismos extremos, hinchas de fútbol, tribus urbanas radicales...

Lo normal es resolver el problema de la identidad a través del mercado. Es la identidad que ofrecen los bienes de consumo; los productos tienen un símbolo de identidad. Pero el mercado vende una identidad aparente, no valores verdaderos sino valores sustitutivos.

Aparecen los 'nuevos imperativos' (pautas de conducta y de consumo) en las revistas como Cosmopolitan. Te dicen qué debes de hacer y a continuación te muestran el producto que debes comprar para poder hacerlo. Los nuevos imperativos cambian la moral por la estética. Estas revistas dicen que son liberadoras y en realidad tienen un lenguaje que es todo lo contrario.

Si hay nuevos imperativos es porque hay nuevos poderes: las grandes empresas (moda, cine...). Pervierten el mensaje que lanzan. Cuanto más invade la información el interés comercial, más se pervierte el sistema. Los medios de comunicación deben recuperar los imperativos morales y alejarse de los del mercado. Ahora hay mezcla de lo comercial y de lo informativo.

3– *El relativismo y la subjetividad.* Hay una tendencia en la cultura occidental de relativizar la moral. La gente cree que la moral es una cuestión meramente individual.

INCONVENIENTE DE LA SEPARACIÓN DE MORAL Y DERECHO

Esta separación hace aparecer instituciones para el derecho: jurados, cárceles, policía etc. La moral no se institucionaliza.

Tendencia a la desresponsabilización en nuestras sociedades. Se piensa que ya está el estado para ocuparse de la justicia y la gente tiende a pensar que el estado se ocupa de la moral. Esto tiene dos fenómenos asociados:

- Judicialización. Muchos de los problemas que deberían ser resueltos por otras instancias se proyectan hacia los tribunales. El derecho debe ser el recurso último.
- Politización. Muchas cuestiones se llevan al debate político, donde hay intereses partidistas.

Si el derecho sólo cubre el mínimo para convivir, entre ese mínimo y una sociedad buena se abre un espacio muy grande. Si nos desresponsabilizamos esta distancia no se cubre. Por ejemplo, el derecho prohíbe que la gente robe. Pero esto se queda corto para una buena sociedad porque faltaría la solidaridad.

Estos puntos que el derecho no cubre a veces crea malestar social. Donde más pasa esto es en los medios de comunicación porque en un estado liberal, lo que se garantiza es la libertad de expresión, pero no se te dice cómo se debe emplear esa libertad de expresión.

En general nuestras sociedades se polarizan entre las costumbres (cuestiones estéticas) y el mercado, y entre el derecho del que se encargan las instituciones que están en manos del estado. La moral desaparece, se pierde de vista.

Las dos bases de la moral que se deben recuperar son las siguientes:

- La conciencia mora, desde un plano individual.

- La sociedad civil, desde un plano colectivo.

3.3– La conciencia moral

Tiene varias funciones:

- Capacidad de juicio, de reflexión. Consiste en juzgar y dar nuestra aprobación a determinados principios y normas, y aplicarlo a las circunstancias de cada caso.
- Identificación con el resultado del juicio. Es el compromiso práctico de actuar con arreglo a dicho juicio. Lleva implícito un sentimiento de deber, de obligación.
- Testimonio de la aprobación o desaprobación de cómo has actuado. En lo que se llama voz de la conciencia.

¿De dónde saca la conciencia moral las pautas de comportamiento? De 2 teorías:

- Las naturalistas
- Las cognitivas

TEORÍAS NATURALISTAS

Subrayan que la conciencia moral está en la naturaleza humana. Las primeras de estas teorías hablaban de un origen religioso. Las más modernas aparecen en el s.XVIII Gran Bretaña con Shaftesbury (1671–1713) y Hutcheson (1694–1746) por un lado, y con David Hume (1711–1776) y Adam Smith (1723–1790) por otro.

A los dos primeros autores se les conoce como los autores de la escuela de 'moral sense' (sentido moral). Dicen que los seres humanos tenemos una especie de sexto sentido y que la convivencia está ligada a ese sexto sentido. Este sentido nos permite captar dos cosas: la belleza y la fealdad, y en consecuencia, la bondad y la maldad de las acciones.

Hume y Smith hablan de la simpatía. Esta palabra viene del griego (sim = igual, patos = pasión) y es la capacidad de los seres humanos por la que una persona que contempla a otra que está experimentando una determinada sensación tiende a experimentar algo similar. [Ver citas de Hume].

Hay 4 sentimientos o afectos que constituyen la química de la moral. Forman un componente necesario de la conciencia moral y se encuentran en la etología, concretamente en animales superiores como perros, delfines y sobre todo en chimpancés y gorilas. Son estos:

Sentimiento de vergüenza. Conecta con los sentimientos de desagrado, asco o rechazo que provoca nuestra conducta en un grupo. Uno hace una acción y al ver que provoca desagrado, asco o rechazo, por simpatía se vuelve contra el emisor. Cuando la vergüenza madura se llama sentimiento de culpabilidad. Estas dos sensaciones también se pueden experimentar en soledad.

Compasión. Viene de compadecer, es decir, experimentar un sentimiento ajeno con otra persona. Tiene que ver con los gestos y expresiones de dolor que inhiben las descargas de agresividad. Esta es una conducta que se muestra en los animales superiores. La compasión es contraria a la crueldad, que es la complacencia en el sufrimiento de otro. Y también es contraria al egoísmo, que es la indiferencia ante el sufrimiento ajeno. La compasión explica dos virtudes humanas:

- La piedad, que es la capacidad de identificarse mucho con el sufrimiento ajeno de forma pasiva.

– La solidaridad, que es experimentar el dolor ajeno pero con una reacción de atención y solicitud al que sufre (activa).

Gratitud. Es la alegría de recibir algo que se vuelve en agradecimiento al que te lo ha dado. Es un eco de la alegría de recibir. En un segundo nivel es dar algo a cambio por lo que has recibido. Esta conducta se observa en los monos y muchos mamíferos superiores. Las relaciones de reciprocidad en las sociedades antiguas eran fundamentales pero ahora han perdido importancia debido al capitalismo. Ahora son relaciones de intercambio anónimo.

La gratitud da forma a las virtudes de generosidad (devolver la gratitud con los allegados) y de caridad (devolver la gratitud con personas desconocidas). Cuando la caridad se extiende al género humano se llama filantropía (amor hacia la humanidad).

Ira o indignación. Va ligado al sentimiento de justicia pero ante una injusticia, en la sociedad actual se tiende a la indiferencia. En su sentido más básico tiene que ver con la quiebra de una expectativa. Cuando se produce por esto, la indignación no tiene sentido moral. Cuando crees que tienes derecho a que esa expectativa se cumpliera, sí que aparece el carácter moral. El sentimiento de injusticia surge cuando en casos iguales se producen respuestas desiguales. El sentimiento de injusticia se puede experimentar de forma personal o al ver que afecta a otra persona: sentimiento de equidad.

En la cultura actual se piensa que uno es más racional cuanto menos afectivo es. No se trata de prescindir del componente afectivo, sino de gestionar bien los sentimientos. Cuando faltan los sentimientos se da una patología que se llama psicopatía. Las personas que la sufren desarrollan más mecanismos inhibitorios que el resto de las personas.

Los psicópatas distinguen entre el bien y el mal pero carecen de empatía. Esto significa que no sienten el dolor de sus víctimas, no desarrollan vínculos afectivos, no tienen emociones de compasión, gratitud y no experimentan dolor ni pena.

Puede ocurrir que la cultura desarrolle mecanismos para que la gente inhiba estos sentimientos. La sociedad se puede hacer más psicopática en la medida en que impida estos sentimientos. Así, en el cine han desaparecido la mayoría de sentimientos. Esto psicopatiza la sociedad porque se presenta la violencia con humor y diversión, en lugar de aparecer junto con la compasión y el dolor. [Ver texto de Jonathan Glover].

Los sentimientos son parte de la conciencia moral pero no son suficientes porque no llevan carga informativa. Son muy irracionales y arbitrarios, imprecisos y variables. Hace falta el componente cognitivo. [Ver texto de Hans Küng, 'Ética mundial'].

– **HASTA AQUÍ VA EL EXAMEN** –

3.3.1– Componentes naturales o psicológicos

3.3.2– Componentes intelectuales o cognitivos

3.4– La sociedad civil

3.4.1– Origen y definición del concepto de sociedad civil

3.4.2– Su relación con lo político