



**UNIVERSIDAD DE ALMERÍA**

## **TRABAJO DE FIN DE MÁSTER**

**Medios de comunicación y rectitud de la palabra. La ética comunicativa budista como referente profesional.**

**Autor: D. Daniel Carlos Briet Planells**

**Tutor: D. Rafael Pulido Moyano**

**Máster en Comunicación Social 2020-21**

**Facultad de Humanidades**

Curso Académico 2020/2021

Almería, junio de 2021



# Índice Temático

## 1. Introducción - 4 -

1.1 Justificación del tema - 4 -

1.2 Objeto de la investigación - 5 -

1.3 Estado de la cuestión - 5 -

1.4 Fuentes - 6 -

1.5 Marco metodológico e Hipótesis - 7 -

## 2. Ética y medios de comunicación. Códigos deontológicos, corrección política y autocontrol: La veracidad como principio de una comunicación recta - 10 -

2.1 Compromiso explícito con la sociedad y la opinión pública: veracidad e imparcialidad - 10 -

- a) Sociedad de la información: Comunicación instantánea y democracia medial.
- b) Componentes fundamentales de la ética periodística.
- c) Tecnología de la comunicación, retórica y verdad
- d) ¿Es el medio el mensaje? De Marshall McLuhan al determinismo tecnológico.

2.2 Principios éticos del periodismo y desafíos digitales de la información -23-

- a) Una ética para la comunicación vs. Monopolio de la opinión pública.
- b) Deontología profesional y el periodismo on-line: compromiso con la verdad y los nuevos desafíos del periodismo digital.
- c) La autorregulación de la actividad informativa: identidad de una sociedad democrática.
- d) Ética de calidad en un entorno digital.

2.3 El profesional de la información y la nueva realidad social y laboral - 30 -

- a) Periodismo al servicio del mercado Vs. Periodismo comprometido con la información veraz.
- b) La calidad como distintivo del periodista profesional.

**3. Budismo y la Recta Palabra - 32 -**

3.1 Aproximación al budismo: Dónde, cuándo y por qué - 32 -

- a) Historia y desarrollo
- b) Prácticas budistas
- c) Budismo en el mundo actual

3.2 Ética y verdad - 44 -

- a) Creencias en el budismo
- b) La ética budista en y para la vida

3.3 Comunicación desde una perspectiva budista - 48 -

- a) La verdad y Buda
- b) Análisis budista del Discurso correcto
- c) Comunicación desde una perspectiva budista

**4. Conclusiones: Hacia unos medios de comunicación inspirados en la ética y en la Recta Palabra budista - 64 -**

**5. Referencias Bibliográficas - 70 -**



## 1. Introducción

### 1.1 Justificación del tema

La elección del presente tema del TFM viene dada por un interés y, sobre todo, por un acto de gran curiosidad que debería guiar siempre cualquier investigación, y que está en relación con los medios de comunicación en la sociedad actual y su comprensión desde la perspectiva occidental, todo ello sumado a la mirada que puede aportar el budismo al modelo comunicativo que vivimos en nuestros días. Siempre nos ha parecido que hay una distancia muy grande y en ocasiones casi abismal entre oriente y occidente tanto en formas de vida, de pensamiento, de costumbres, tradiciones y religión como en las formas de comunicarse, distancia que parece insalvable no tanto en lo físico, sino en los modos de vida aparentemente opuestos, pero solo en apariencia.

Sin embargo, lo que puede aparecer ante los sentidos o a lo comúnmente aceptado como algo diferente y casi contrapuesto, puede ser visto también como complementario y enriquecedor entre uno y otro si somos capaces de buscar los puntos de unión y las fortalezas y debilidades que afloran de las mismas y que pueden ayudar a la mejora de estas. Este es el interés que ha guiado el presente desde un primer acto de curiosidad que ha llevado a la elección del tema y el inicio del TFM aquí propuesto guiado en un primer término por la tradición y ética budista y la mirada que aporta a la comunicación.

Tenemos a menudo la mirada fija en occidente, y de manera especial en países de habla anglosajona como Estados Unidos y Reino Unido, una mirada que se impregna de las formas de proceder, procesar y ofrecer la información, pero existe otra realidad más allá de la comúnmente aceptada y desarrollada en los medios de comunicación y que tiene que ver con oriente, y de manera más concreta, con la mirada que nos ofrece el Budismo.

La tradición budista nos acerca al entorno de la rectitud de la palabra y de una ética comunicativa que nos puede ayudar a centrar más la mirada y situar en ella elementos que puedan ayudar a ver más y mejor la realidad comunicativa

occidental tal y como veremos en el desarrollo de este TFM y que justifica el trabajo del mismo,

## 1.2 Objeto de la investigación

¿Qué pueden aprender los medios de comunicación occidentales del budismo mahayana cuando éste habla de la “Recta Palabra” y la ética comunicativa del bodhisattva? ¿Qué diferencias y similitudes o puntos de coincidencia podemos encontrar entre unos y otro en la sociedad de la tecnología, de la información y de la imagen en el mundo actual? Esas son las preguntas que nos planteamos en el presente TFM y que busca tender puentes hacia unos medios de comunicación inspirados en la ética budista en la cultura comunicativa occidental de hoy y enriquecerla.

A lo largo del presente trabajo profundizaremos más en la cuestión del budismo mahayana y el bodhisattva, pero a modo introductorio y contextualizador, decir que el primero hace referencia a una de las dos ramas principales del budismo (junto con Theravada), y un término para la clasificación de las filosofías y prácticas budistas, y de acuerdo con las enseñanzas de las tradiciones Mahāyāna, y también se refiere al camino del bodhisattva que busca la iluminación completa para el beneficio de todos los seres.

La cuestión del objeto de investigación viene aquí dada por la pregunta sobre el modelo de comunicación que tenemos actualmente en occidente, y el aporte que desde oriente y, en especial, desde el budismo y su influencia en el acto comunicativo puede hacer al modelo más occidental de la inmediatez y el uso intenso de la palabra y de la imagen.

## 1.3 Estado de la cuestión

En este punto, encontramos que el estado de la cuestión es en sí mismo el propio TFM que aquí presentamos a través de su propia metodología, y que pretende ser un debate lo más creativo posible, siendo esto último el propio reto de la cuestión.

La idea vendría a ser la posibilidad de “conocer bien” para “diferenciar y comparar”, y finalmente poder hacer un aporte a la cuestión, es decir, en el desarrollo del TFM nos encontramos a través de los diferentes autores y artículos y publicaciones a los que hacen referencia, el estado mismo de la cuestión actual y que nos llevan a hacer una reflexión del modelo actual comunicativo, poniéndolo en relación con el modelo de comunicación basado en la perspectiva budista, en su ética, y de manera más clara y específica, con la propuesta de “Recta Palabra” en el budismo.

Tras lo expuesto hasta el momento, podemos diferenciar en este estado de la cuestión dos ámbitos, y que vendrían dados por los autores más conocidos desde la perspectiva occidental tales como Ayala, T. (2012), Bauman, Zygmunt (2007), McLuhan, M. y Powers, B. (1995) o Strate, L. (2012), y que nos apuntan la necesidad de una ética periodística fuerte más allá de una comunicación rápida o instantánea en el mundo de las tecnologías, donde el profesional de la comunicación debe responder desde la calidad y el compromiso con la información veraz a una nueva realidad social y laboral desde una deontología profesional.

Desde la perspectiva más oriental y budista con autores como Rey, Sallie B. (2017), Bamford, Geoffrey (2014) o Chuang, Rueyling y Chen, Guo-Ming (2003), nos acercaremos a la realidad actual de la cuestión, haciendo una aproximación al budismo, a su concepto ético y de la verdad, y cuyos autores y sus respectivas ideas nos irán exponiendo un análisis budista del Discurso correcto y una comunicación desde una perspectiva budista, que confrontaremos en algunos casos, y sumaremos en otros, al modelo occidental de la primera parte del TFM que aquí desarrollamos.

#### 1.4 Fuentes

Las fuentes propiamente dichas del TFM serían aquellas que aparecen en la bibliografía que viene expuesta y desarrollada al final del trabajo. Sin embargo, la razón de la utilización de unos autores y no de otros, así como las lecturas que

se desprenden de los mismos viene motivado principalmente por dos razones que nos han llevado a su uso.

Una primera razón vendría dada por la formación inicial en las diferentes asignaturas del Máster en Comunicación Social y que han ido aportando autores, lecturas y líneas de conocimiento, a partir de los cuales hemos ido construyendo las bases y el desarrollo principalmente de la primera parte teórica del TFM titulada “Ética y medios de comunicación. Códigos deontológicos, corrección política y autocontrol: La veracidad como principio de una comunicación recta” que han sido las fuentes del muestreo de este primer eje temático del trabajo.

Una segunda razón del uso de una determinada bibliografía y autores que se han trabajado tiene más relación con la línea de trabajo de nuestro TFM titulada “El Budismo en los medios de comunicación” y con el segundo punto del trabajo, y que a su vez nos sirve como continuación del primer punto comentado anteriormente, y que hemos venido a titular como “budismo y Palabra Recta”. El muestreo en este segundo punto y apoyo de la bibliografía han sido en gran medida sumados por el aporte y sugerencias del tutor, en parte debido a mi desconocimiento en esta área y falta formativa en ella, y en parte por el amplio trabajo realizado y trayectoria profesional y personal de mi tutor entorno a este campo de conocimiento.

### 1.5 Marco metodológico e Hipótesis

El presente trabajo que pertenece al ámbito teórico, se enmarca en el campo de las ciencias sociales, ciencia que a su vez está relacionada con el comportamiento humano y con la sociedad en la que esta se produce, lo cual podríamos definir a su vez como una disciplina que lleva a cabo un análisis de diferentes facetas que se dan de las relaciones sociales y de los grupos que conforman la sociedad, estudiando el comportamiento individual y colectivo para la comprensión y explicación de regularidades y particularidades que en ella se producen, generando conocimiento relevante sobre la misma.

En este campo del conocimiento de las ciencias sociales nos encontramos con una metodología, que podríamos definir como un conjunto de procedimientos como son la recogida de datos que definirá a su vez los métodos de análisis, y cuya finalidad es llegar a un conocimiento científico que radique en los hechos sociales a los que alude.

En este punto, encontramos que la metodología puede ser cuantitativa o cualitativa, siendo esta última la que abordaremos en este TFM desde un ámbito teórico, y que determina la forma de abordar la interacción sistemática entre la teoría y los datos, para lo cual hemos trabajado entre el análisis documental y el método comparativo que a continuación desarrollaremos, y que se conjuga con un trabajo de reflexión y de síntesis, lo cual dará como resultado final la exposición de unas conclusiones que unifiquen todo lo anteriormente descrito.

Así pues, el método o análisis comparativo, es aquel con el estudio de aspectos diferenciadores o semejantes entre dos o más casos, busca generar o refutar una hipótesis o teoría permitiendo establecer relaciones entre ambas ya sean de similitud o diferencia, y que mediante la interpretación podamos encontrar relaciones causales, correlaciones o generalizaciones, lo cual en nuestro caso vendrá dado por unas relaciones de enriquecimiento entre la comunicación occidental a la que se le suma una perspectiva budista de la misma.

A lo anterior se le suma en nuestro trabajo la documentación, ciencia que desarrolla el trabajo de documentar como un procesamiento de información para ofrecer datos específicos de un tema en concreto, en nuestro caso sobre comunicación y budismo, siendo una técnica instrumental y auxiliar, cuya finalidad es informar sobre un tema concreto y delimitado.

De acuerdo con el "Tratado de Documentación" de Otlet (2007) la documentación persigue cuatro finalidades esenciales:

- El registro del pensamiento humano y de la realidad exterior en elementos de la naturaleza material llamados documentos.
- La conservación, circulación, utilización, catalogación, descripción y análisis de estos documentos.

- La elaboración, de documentos más complejos a partir de documentos simples, así como la integración de conjuntos de documentos con la ayuda de documentos particulares.
- El registro de los datos de un modo cada vez más rápido, directo y exacto, al mismo tiempo analítico y sintético, de acuerdo con un plan cada vez más amplio, enciclopédico y universal.

De todas estas especificaciones, en nuestro trabajo nos hemos centrado más en el análisis de documentos y elaboración e integración de estos en uno que comparativamente y de manera indirecta produzca otro documento sintético y analítico con una mirada reflexiva de los mismos, entorno a la comunicación y el budismo y su complementación.

## **2. Ética y medios de comunicación. Códigos deontológicos, corrección política y autocontrol: La veracidad como principio de una comunicación recta.**

### 2.1 Compromiso explícito con la sociedad y la opinión pública: veracidad e imparcialidad.

#### a) Sociedad de la información: Comunicación instantánea y democracia medial.

Vivimos en una sociedad denominada “sociedad de la información y de la imagen”, en la cual los cambios se producen a velocidades vertiginosas nunca vistas anteriormente en la historia de la humanidad y que dan lugar a introducir cambios y adaptaciones de manera constante y rápida, lo cual produce como efecto colateral la falta de tiempo para llevar una reflexión meditada y una comprobación de la información que aseguren su veracidad e imparcialidad.

En este sentido, Suárez (2014), nos habla de la verdad informativa como una garantía del periodismo de calidad y de cómo el periodista llega a sacrificar la calidad por en alas de la cantidad, privilegiando su función de acarreador frente a la que ha sido siempre su “función clásica de excavador de los acontecimientos sobre el propio suelo de la realidad”. Y nos encontramos aquí con el riesgo de que finalmente el periodista no llegue por ello a conocer bien el material que lleva entre sus manos y pueda perder por ello su referencia que es siempre la de ofrecer una información solvente y de calidad que dé veracidad a esa sociedad de la información y de la imagen a la que hacíamos referencia justo al comenzar.

En esta misma línea, Suárez (2014) también apunta cómo se está dando un progresivo e imparable desmantelamiento de las redacciones de los periódicos, lo cual, junto a la precariedad laboral, está llevando a dejar en nuestra actualidad el campo abierto a que se convierta el periodista y el periodismo en un “mero transmisor de noticias precocinadas por las instituciones”.

En este mismo sentido, nos indica cómo la crisis económica “ha arrumbado la autonomía del periodista, condicionado por la presión de los resultados tangibles, y obligado a reproducir al instante y sin la verificación correspondiente

contenidos de un escaso valor social”, llevando al periodista y, con ello, al periodismo, a una situación de vulnerabilidad y de peligro en tanto en cuanto a la posibilidad real en la veracidad de la información o incluso, en el riesgo de poder ser manipulada por unos intereses partidista o económicos que distancien al lector de la realidad y de la posibilidad de crearse un criterio propio y veraz de la realidad.

Sumado a ello, nos sigue indicando cómo la ciudadanía se ha ido distanciando de una información que carece de una verdadera profundidad, y que puede llegar a abandonar el interés por tener unos contenidos que sean elaborados de una forma acrítica, sin recursos, y todo ello que se haga de acuerdo a los patrones que se dan en un modelo de comunicación que esté basado en lo que él denomina como una “noticia-rápida”, y en la que encontramos que apenas podemos llegar a vislumbrar los niveles de credibilidad que en otro tiempo tuvieron y de los que hicieron gala los medios como “administradores en régimen de monopolio de la opinión pública”.

Siguiendo con esta misma línea argumentativa, vemos cómo el “tradicional reportero de calle” ha ido dejando poco a poco paso a otro tipo de búsqueda en la cual se da prioridad a los datos en la red y mediante los cuales se habilita una actualización al minuto de la realidad, casi podríamos decir que segundo a segundo.

Podemos pensar en este sentido en Redes sociales como Twitter que han ido contribuyendo a que se vaya configurando una nueva “agenda mediática” a través de la cual, la ciudadanía va desempeñando un rol que se convierte en algo trascendental de acuerdo a una “retroalimentación con los estamentos periodísticos” que es mucho más fluida y rápida que la que se ha dado tradicionalmente, y que se circunscribe de este modo a “puntuales cartas al director” como modo de comunicación y contacto con la realidad periodística y la veracidad y la “recta palabra” que de ella se da por supuesto que emanan.

Continúa en este sentido Suárez (2014) hablándonos de cómo existe una exigencia de una información que debe de ser instantánea, y que a su vez es espoleada por una rápida expansión que se produce en las redes sociales, dando lugar en muchos casos a lo que él llama “el acoso contra la privacidad

derivada del mal uso de las nuevas tecnologías de comunicación”, donde se producen a su vez una gran cantidad de filtraciones anónimas de información, y donde las fronteras son cada vez más difusas y difícilmente reconocible entre la publicidad y el periodismo, o incluso nos podemos encontrar cómo se da la identidad líquida del periodista en confrontación a un gran número de usuarios digitales, los cuales son sólo algunos de los muchos dilemas éticos que podemos encontrar y que están planteados en la actualidad por Internet que se convierte de este modo en una “herramienta de elaboración y difusión de contenidos periodísticos”.

#### b) Componentes fundamentales de la ética periodística.

Existen una serie de componentes en la ética periodística que pueden y deben orientar la profesión en su desarrollo. En esta línea, Taufic (2005:83) nos dice que “se ha llegado a afirmar que la mejor ley de prensa es aquella que no se dicta, pero lejos de ser una actividad desregulada o carente de normas, el periodismo más íntegro se rige por estrictos deberes autoimpuestos, que no sólo establecen las “reglas del juego” para sus periodistas y el marco y límites para el propio medio, sino un compromiso explícito con la sociedad y la opinión pública, en cuanto a veracidad e imparcialidad”.

En este sentido, podemos ver cómo esas “reglas del juego” tienen mucho que ver con un código deontológico y una deontología profesional, tal y como podremos profundizar más adelante. Tal es el caso de la existencia del Código Deontológico Europeo de la Profesión Periodística cuya Resolución fue aprobada por unanimidad en Estrasburgo el 1 de Julio de 1993, donde la Asamblea Parlamentaria del Consejo de Europa adoptó unos principios éticos del periodismo y que se estimó que deberían ser aplicados en Europa, entre las cuales destacamos las siguientes ideas en el desarrollo del trabajo del TFM que aquí nos atañe y están recogidos en el siguiente enlace.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> <https://periodistasandalucia.es/wpcontent/uploads/2017/01/CodigoEuropeo.pdf>

- El principio básico de toda consideración ética del periodismo debe partir de la clara diferenciación, evitando toda confusión, entre noticias y opiniones. Las noticias son informaciones de hechos y datos, y las opiniones expresan pensamientos, ideas, creencias o juicios de valor por parte de los medios de comunicación, editores o periodistas.
- La emisión de noticias debe realizarse con veracidad, a través de las actividades verificadoras y comprobadoras oportunas y con imparcialidad en la exposición, descripción y narración de estos. Los rumores no deben confundirse con las noticias. Los titulares y enunciados de las noticias deben subrayar lo más fielmente posible el contenido de los hechos y datos.
- La expresión de opiniones puede versar sobre reflexiones en relación con ideas generales o referirse a comentarios sobre noticias relacionadas con acontecimientos concretos. Si bien es cierto que en la expresión de opiniones por ser subjetivas, no debe ni es posible exigirse la veracidad, sin embargo, se debe exigir que la emisión de opiniones se realice desde planteamientos honestos y éticos.
- Los medios de comunicación efectúan una labor de "mediación" y prestación del servicio de la información y los derechos que poseen en relación con la libertad de información, están en función de los destinatarios que son los ciudadanos.
- La información constituye un derecho fundamental reconocido como tal por el Convenio europeo de los derechos humanos y las Constituciones democráticas, cuyo sujeto o titular son los ciudadanos, a quienes corresponde el derecho de exigir que la información que se da desde el periodismo se realice con veracidad en las noticias y honestidad en las opiniones sin injerencias exteriores, tanto de los poderes públicos como de los sectores privados.
- El tratamiento del periodismo debe efectuarse teniendo en cuenta que éste se ejerce desde los medios de comunicación, que están sustentados en un soporte empresarial y donde se deben distinguir editores, propietarios y periodistas, por lo que además de garantizar la libertad de los medios de comunicación, es necesario también salvaguardar la libertad en los medios de comunicación evitando presiones internas.

- Las empresas periodísticas se deben considerar como empresas especiales socioeconómicas, cuyos objetivos empresariales deben quedar limitados por las condiciones que deben hacer posible la prestación de un derecho fundamental.
- Ni la calidad de las informaciones u opiniones ni el sentido de estas deben estar mediatizadas por las exigencias de aumentar el número de lectores o de audiencia o en función del aumento de los ingresos por publicidad.
- La información y la comunicación que se realizan por el periodismo a través de los medios de comunicación y con el soporte formidable de las nuevas tecnologías, tiene una importancia decisiva con el desarrollo individual y social. Es imprescindible para la vida democrática, ya que, para desarrollarse plenamente, la democracia debe garantizar la participación de los ciudadanos en los asuntos públicos. Baste señalar que esta participación será imposible si los ciudadanos no reciben la información oportuna sobre los asuntos públicos que necesitan y que debe ser prestada por los medios de comunicación.
- Sería erróneo sin embargo deducir que los medios de comunicación representan a la opinión pública o que deban sustituir las funciones propias de los poderes o entes públicos o de las instituciones de carácter educativo o cultural como la escuela.
- Ello llevaría a convertir a los medios de comunicación y al periodismo en poderes o contrapoderes (mediocracia) sin que al propio tiempo estén dotados de la representación de los ciudadanos o estén sujetos a los controles democráticos propios de los poderes públicos, o posean la especialización de las instituciones culturales o educativas correspondientes.
- En las necesarias relaciones que en el ejercicio del periodismo se mantengan con los poderes públicos o con los sectores económicos, se evitará llegar a una connivencia tal que pueda repercutir en la independencia y la imparcialidad del periodismo.
- Dada la complejidad del proceso informativo, basado cada vez más en la utilización de nuevas tecnologías, la rapidez y la síntesis, se debe exigir a los periodistas una formación profesional adecuada.

Así pues, y tal como indica Taufic (2005:97), “la ética periodística tiene tres componentes fundamentales: 1) respeto a la verdad; 2) reflejo de las distintas posiciones sobre un mismo tema, y 3) no intromisión en la vida privada de las

personas, salvo si es para exponer un delito o un hecho que afecte el interés público o el desempeño de las instituciones”. Al leer tanto las principales ideas del código deontológico europeo de la profesión periodística como los tres componentes fundamentales de la ética periodística de Camilo Taufic, podemos ver la importancia de una ética que en la actualidad se ve muy llevada al límite del trabajo periodístico y que es fácilmente visible tanto en las redes sociales como en determinados sectores de la información televisiva como es la prensa rosa y que tan en boga están con altos niveles de audiencia.

### c. Tecnología de la comunicación, retórica y verdad

La tecnología se ha convertido en nuestros días en el gran mantra social desde el cual parece girar toda creación humana y todo acto comunicativo, donde la retórica y la verdad pueden fácilmente resituarse según los intereses creados y existentes en cada momento y lugar siendo más o menos creíble según su uso y consecuencias. En este sentido, Taufic (2005:47) nos indica que “más que sus ganancias, la tecnología o su capital social, el activo más importante de un medio de comunicación es su credibilidad. Sin importar su orientación editorial, un medio de comunicación no puede renunciar, sin desvirtuar su naturaleza, a principios fundantes de la actividad periodística, como son la objetividad, el pluralismo y la búsqueda de la verdad”.

Y es que la verdad no es un tema baladí, sino el fundamento de todo acto comunicativo “recto” y donde su búsqueda a menudo queda relegado a factores de interés y de influencias tanto económicas como políticas, tal y como podemos ver en la comunicación que políticos como Donald Trump y su uso de la información a través de Twitter hasta el punto de la cancelación de su cuenta de modo temporal por la falta de veracidad en sus comunicados, lo cual nos lleva a los límites y usos en la tecnología de la información.

En “La ética en el ejercicio del periodismo: credibilidad y autorregulación en la era del periodismo en internet”, de Josep Lluís Micó, Joao Canavilhas, Pere Masip, Carles Ruiz (2008), explican cómo la sociedad no es ajena a esta relación entre tecnología de la comunicación, retórica y verdad, y cómo esta preocupación se traduce en un descenso de la confianza que los ciudadanos depositan en los medios. Y es que hoy en día ponemos en duda mucha de la

información que nos llega, incluso por medios que han sido siempre de gran credibilidad, todo ello debido a factores como la rapidez y los cambios en la informaciones que se van dando, y de manera especial de las fuentes y los intereses que se encuentran detrás de cada canal que transmite la información y que producen desconfianza por una parte entre aquellos cuya formación crítica les hace poner en tela de juicio dichos canales o la total adhesión a la información por parte de una generación que solo ha conocido los medios digitales y las plataformas de comunicación de internet que elaboran la verdad para un sector importante de la sociedad.

En este sentido, Salaverría (2005:69-86), nos indica que “a la luz de los resultados obtenidos por diversas investigaciones, el periodismo en Internet y con Internet evidencia todavía graves deficiencias vinculadas a problemas de credibilidad y exactitud, arbitrariedad en la selección de las noticias, etc.”. Esto nos lleva a las dificultades que internet y las redes sociales muestran como medio de comunicación que carece a menudo de filtros calibrados que inciden tanto en la calidad como en la credibilidad de la información y que vienen formulados por su temporalidad y rapidez informativa que se actualiza de manera constante sin la suficiente verificación cuando se lleva a cabo por personas no profesionales de los medios de comunicación.

De hecho, Mason (1986), en su conocido artículo titulado “Four Ethical Issues of the Information Age”, señalaba ya cómo en los albores de la era digital existían cuatro temas éticos cruciales en colisión entre el potencial de las nuevas tecnologías de la información y los derechos que había que preservar frente a sus posibles abusos: la intimidad, la exactitud, la propiedad intelectual, y la accesibilidad. Aquí encontramos cómo desde el principio se encuentran ya ciertas limitaciones y peligros en una comunicación informativa que puede colisionar con la veracidad y que nos lleva a una falta de criterios y filtros que a menudo y en contraposición con los medios tradicionales, pueden disminuir la calidad informativa y su propia credibilidad.

Tal como observa Keller (2014), hay algo importante que ha cambiado, y le agradecemos a Internet por eso: hace unas décadas, las agencias de noticias eran las dueñas de la información y podían decidir si transmitían algo para que el mundo lo viera. Si decidíamos no transmitir, en alguna forma estábamos

censurándolo para el mundo. Ahora Internet nos ha liberado de ese rol. Ahora la gente puede acceder a Internet para encontrar cualquier cosa que quiera, y nadie puede decir que las agencias de noticias están ocultando información, dado que ahora hay tantas fuentes de imágenes y citas. Ahora somos más libres que nunca para tener una política editorial y proveer reportajes coherentes que estén de acuerdo con nuestros estándares. Si la gente quiere algo que nosotros no publicamos, es fácil para ellos encontrarlo. La pregunta que nos queda es si esa libertad que ofrece el medio de internet y todas las redes sociales y de comunicación e información que existen en esta plataforma pueden responder a la legitimidad y veracidad informativa que desde el ámbito profesional y deontológico nos acercan a la información.

d. ¿Es el medio el mensaje? De Marshall McLuhan al determinismo tecnológico.

¿Quién teme a Marshall McLuhan? Esa es la pregunta con la que comenzamos este punto que se encuentra en el artículo del mismo nombre de Lozano (2001), y que nos parece de una tremenda actualidad en los días que nos tocan vivir, en una realidad que se solidifica de manera más generalizada dentro de una sociedad que es altamente cambiante, y cuya modernidad líquida, tal como indicara el sociólogo, filósofo y ensayista polaco-británico Zygmunt Bauman (1999), nos enmarca en una posmodernidad de la globalización, que a la vez nos sitúa en unos medios de comunicación que determinan la realidad dentro del determinismo tecnológico que impregna cada día la realidad de nuestras vidas.

En el artículo de “¿Quién teme a Marshall McLuhan? de Lozano (2001), nos refiere como para McLuhan, “el medio es el mensaje”, hace referencia a que más allá de todo lo que son los contenidos que se transmiten en cada ocasión, “es la misma tecnología de los medios de comunicación la que constituye per se un impulso comunicativo fuerte y determinado”. Fue a partir de este impulso comunicativo “fuerte y determinado” con el cual McLuhan creó su clasificación técnica de los medios, haciendo una división entre aquellos que él consideraba “calientes ” y que son capaces de saturar el canal sensorial con un alto volumen de información y que no ayudan a que exista interacción, siendo por ello cerrados

y dando lugar a la pasividad tales como la prensa, la radio y el cine, y lo fríos, lo cuales se dividen entre diferentes canales sensoriales y tienen un bajo volumen de información, induciendo a la participación, la actividad y, lo que es más importante, a la interacción, tales como la televisión, el teléfono y la conversación, y a lo cual hoy en día podríamos añadir las redes sociales tales como Twitter, Facebook, Youtube, y un largo etcétera que inundan nuestros canales de comunicación y de información o desinformación tal y como se está poniendo de relevancia en los últimos años.

En este sentido, Strate (2012), nos habla del aforismo de la ecología de los medios de McLuhan, según la cual, “el hecho de que el medio es el mensaje contiene una multitud de significados embalados herméticamente en un paquete”, cuyo desafío consiste en diferenciar e identificar sus muchos significados y expresarlos en una ecología de los medios (Lum, 2005). En este sentido, McLuhan en su primer libro, *The Mechanical Bride* (1951), nos describe el panorama contemporáneo como un “remolino caótico”, en el cual esperaba, observando y reconociendo patrones, poder comprender y “ejercer algo de control sobre las circunstancias”, siendo el punto de inicio esa famosa frase ya consolidada de “el medio es el mensaje” que buscaba ser una faro de luz entre tanta información y medios de comunicación para dar claridad y ejercer cierto control sobre lo que, de manera profética actualmente, estamos viviendo en nuestra sociedad de la (des)información.

Es también Strate (2012:61) quien nos hace caer en la cuenta de que “al decir que el medio es el mensaje, McLuhan estaba resaltando que tenemos la tendencia de prestar atención al contenido y a ignorar el medio, pero es el medio el que juega un papel más significativo, el que tiene un efecto mayor, dado que tomamos nuestros sentidos por dados y prestamos atención naturalmente solo al contenido de nuestras percepciones, pero lo que es importante de verdad es nuestra habilidad para ver, oír, leer, saborear y tocar, una cuestión que tan solo recordamos cuando alguno de nuestros sentidos falla”. Todo esto nos ayuda a mirar con una luz diferentes toda la realidad que nos circunscribe y la manera en que recibimos la información, así como las motivaciones e intereses que se recogen en ella, dándole al medio una connotación diferente y que entra en la ecuación del resultado de la misma información y sus efectos en quien la recibe.

Parece muy esclarecedor en este sentido y dándole continuación a las anteriores palabras de Strate (2012:102), siguiendo con la idea de que “el medio es el mensaje”, afirmando que “si de verdad queremos comprender lo que ocurre, es decir como si de verdad queremos captar el mensaje, tenemos que estudiar el medio y no obsesionarnos con el contenido, ya que el contenido con frecuencia constituye una distracción o una cortina de humo. El mensaje, en este sentido, se refiere a la significación más que a la información, pero el término también es sinónimo de contenido y sugiere que el medio es el mensaje también quiere decir que el medio es el contenido”.

Este punto lo podemos enlazar hoy en día con el uso de Donald Trump para comunicarse a través de Twitter y de la connivencia de ciertos medios de comunicación y redes sociales para apostar por la desinformación siguiendo los dictámenes del poder y los intereses generados por ese mismo poder, dando lugar a identificar el medio con el mensaje que da credibilidad al mismo mensaje y que desarrolla su propia cultura comunicativa desde dicha credibilidad.

También se hace necesario abordar una mirada crítica a Marshall McLuhan, para lo cual nos hacemos eco de Miranda Barbosa (2012:58), investigador de la universidad de Brasilia (Brasil). En este sentido vamos a hablar del determinismo tecnológico como una noción en la que el desarrollo tecnológico condiciona la dinámica social indica el rumbo de las transformaciones culturales, es decir, la tecnología impone su forma a la sociedad y a la cultura. Según este autor, “en el plano empírico como el determinismo tecnológico se convierte en una explicación sobre fenómenos empíricos. Como tal no puede ser juzgado fuera de un contexto que enlaza la teoría a los hechos que deben ser explicados.

En lo ontológico es aquel en el cual el determinismo es una doctrina metafísica, que consiste en una determinación de un ser sobre otro como y que lleva también a la concepción de la causalidad que es lo que vemos principalmente en una visión esencialista de la técnica es decir una atribución de algunas propiedades esenciales de la tecnología”. Esto nos debe de llevar a tener una mirada amplia y no solo reducida al determinismo tecnológico, por lo cual es importante no sacralizar la teoría de McLuhan y ser capaces de ver diferentes posibilidades que pueden extender a otros campos del conocimiento y enriquecer la teoría de la comunicación en la actual realidad que nos toca vivir.

Sergio Dow (2009:64), profesor de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá (Colombia), nos invita a una relectura de la noción de medio de Marshall McLuhan, según el cual McLuhan “poco a poco comprender la necesidad de entender la tecnología no como un dispositivo de alienación, sino como una extensión del cuerpo y de la mente”, donde McLuhan se apoya sobre dos premisas fundamentales como son por una parte el hecho de que nos convertimos en lo que contemplamos, y por otra parte, en la idea de que modelamos nuestras herramientas y luego éstas nos modelan a nosotros.

En este sentido, añade que “hoy por hoy sería un despropósito desconocer el papel de la tecnología como componente fundamental de la subjetividad contemporánea”, lo cual nos lleva a repensar el hecho objetivo y subjetivo que escapa en el medio para introducirse en el mensaje y que finalmente se entremezcla en medias verdades y en una aparente veracidad de la información que nos provoca en la mejor de las ocasiones poner en duda aquello que leemos, vemos o escuchamos.

En Marshall McLuhan y B.R Powers (1989), en la página 101 de “La aldea global”, se dice que “a medida que el hombre tecnológico corre hacia su totalidad y carácter inclusivo, en la primera época, ya no tendría una experiencia de la naturaleza, como la naturaleza al natural. Habrá perdido el tacto y para entonces se habrá dado cuenta de que el tacto no es sólo una presión en la piel, sino la capacitación de todos los sentidos al mismo tiempo, una especie de tactilidad. Cuando perdemos la naturaleza como una experiencia directa perdemos una rueda de equilibrio, la piedra fundamental de la ley natural”.

En este sentido apunta que “los efectos de la tecnología no se producen al nivel de las opiniones o de los conceptos, sino que modifican los índices sensoriales o pautas de percepción, regularmente sin encontrar resistencia”. Todo ello nos sitúa en el campo sensorial y de las percepciones que diariamente recibimos de un modo mayoritariamente inconsciente y que juegan un papel fundamental en la formación de nuestros pensamientos y en la interpretación de la realidad, llevándonos a crear unas determinadas creencias respecto a la realidad que vivimos y a la información que nos llega del mundo que nos rodea.

Ayala Pérez (2012) en su artículo “Marshall McLuhan, las redes sociales y la aldea social” nos adentra un poco más en esa realidad que conforma la sociedad de la comunicación y la tecnología, donde nos indica que “Marshall McLuhan plantea que todos los cambios sociales son el efecto de las nuevas tecnologías ejercen sobre el orden de nuestras vidas sensoriales. Su concepto de aldea global ha dado origen al de globalización, término que parece definir la actual sociedad de la información. Y resulta pertinente reflexionar respecto a las principales ideas del llamado profeta de los medios y analizar de qué manera se aplican al actual contexto cultural y tecnológico, donde los valores se modifican en un ambiente electrónico de redes sociales y comunidades virtuales que cambiaron de forma sustancial la manera como las personas se comunican e interaccionan entre sí”.

En este sentido, hemos sufrido y seguimos viviendo una profunda transformación del modo de comunicarnos que nos cambia de manera profunda y radical nuestro punto de vista respecto al mundo y lo que en él acontece. Esas “vidas sensoriales” están hoy más que nunca de tremenda actualidad y nos (des)dibujan el mundo y la realidad que vivimos, tomando el medio propiamente como el mensaje y enredándonos en esas “redes sociales” que nos llevan a un reduccionismo tecnológico del ser humano.

Nos indica Otero (1998) en su libro Teorías de la comunicación, algunos aspectos importantes de la obra de McLuhan que me parecen importantes de mencionar a forma de resumen:

- Toda innovación técnica perturba nuestras vidas y todos los cambios sociales son el efecto que las nuevas tecnologías ejercen sobre el orden de nuestras vidas sensoriales.
- Toda nueva innovación tecnológica es literalmente una amputación de nosotros mismos.
- Con los nuevos ambientes tecnológicos ópera una revolución radical en nuestros sentidos.
- El impacto físico y social de las nuevas tecnologías y su medio ambiente resultante invertirá todas las consecuencias síquicas y sociales características de las antiguas tecnologías.
- Una nueva tecnología sacude a una sociedad.

- Las sociedades siempre han sido moldeadas más por la índole de los medios con que se comunican los hombres que por el concepto mismo de la comunicación.
- La prolongación de cualquier sentido modifica nuestra manera de pensar y de actuar, nuestra manera de percibir el mundo.
- Cualquier prolongación o extensión afecta a todo el complejo psíquico y social.
- El poder formador de los medios son los propios medios.
- Los distintos medios ambientales tecnológicos, números receptáculos pasivos de las gentes son, por el contrario, procesos activos quedan nueva forma tanto al hombre como a otras tecnologías.
- Si se introduce una tecnología sea desde dentro o desde fuera en una cultura y da nueva importancia o ascendencia a uno u otro de nuestros sentidos, el equilibrio o proporción entre todos ellos queda alterado.
- Si una nueva tecnología extiende uno o más de nuestros sentidos fuera de nosotros en un mundo social, aparecen en esa cultura particular nuevas proporciones entre todos nuestros sentidos.
- Toda tecnología inventada y exteriorizada por el hombre tiene el poder de entumecer la conciencia humana durante el período de su primera interiorización.
- Cuando varía la proporción entre los sentidos, el hombre varía. La proporción entre los sentidos cambia cuando cualquiera de ellos o cualquier función corporal o mental se exterioriza en forma tecnológica.

Para finalizar este punto, parece importante apuntar cómo para McLuhan, la civilización (aldea global) es equiparable a la cultura de la escritura y, por tanto, divide la historia en cuatro fases: Agrícola, Mecánica, Eléctrica (medios de comunicación) y Tecnológica, la etapa de mayor relevancia y en la que nos encontramos en la actualidad. Ello nos debe de llevar hoy más que nunca a hacer una crítica sobre el momento actual de la historia que nos toca vivir y los medios de comunicación, así como la globalización de la que forma parte, lo cual nos indica el camino de la reflexión y la construcción social de la realidad como premisas en el viaje de los medios, la información y su veracidad.

## 2.2 Principios éticos del periodismo y desafíos digitales de la información

### a) Una ética para la comunicación vs. Monopolio de la opinión pública.

Dice Taufic (2005) que la ética no es una condición ocasional, sino que debe acompañar siempre al periodismo, “como el zumbido al moscardón” —sentenció Gabriel García Márquez, en el anfiteatro de la Fundación para un Nuevo Periodismo Iberoamericano de Cartagena de Indias, que él sustenta. Estas palabras nos sitúan en la necesidad de una ética para la comunicación que proporcione credibilidad y veracidad a la información en la línea argumentativa que aquí exponemos.

En este sentido, según Singer (2006), en el entorno multimedia, la independencia del periodista es una condición necesaria, pero no suficiente. El profesional de la información debe diferenciarse de las otras fuentes por su equilibrio e imparcialidad y, sobre todo, por un sentido de la responsabilidad que le permita desarrollar su rol social, que se fundamenta en la confianza. Singer añade además que los códigos de conducta de las comunidades profesionales permiten explicitar las responsabilidades de los que forman parte del colectivo respecto de los que están fuera. Los códigos recogen los principios que tradicionalmente han tenido que cumplir los profesionales de la información; constituyen la función ética del periodista (Singer, 2006: 2-18).

En esta línea, dice Kovack (2003) que el periodismo adquiere su legitimidad social en el compromiso de proporcionarle a la ciudadanía la información necesaria para entender la realidad social de la que participa. Y esta información dependerá de su veracidad para nuevamente ser creíble, siendo esta premisa la que determinará que se pueda entender la realidad social y el tipo de comunicación que en ella se da.

Retomamos aquí nuevamente la Resolución 1003 del Consejo de Europa, conocida como Código Deontológico del Consejo de Europa, y que está dirigido a los medios de comunicación. Destacaremos algunas de las ideas fundamentales: La información no debe ser administrada en función de intereses políticos, económicos o de otra índole, sino por el mero hecho de ser un bien

fundamental para el correcto desarrollo de la vida pública y la libertad individual. No se trata de adoptar una actitud apocalíptica con respecto a la televisión y los demás medios de comunicación, pero sí de advertir las consecuencias de vivir en una democracia líquida, en la que los ciudadanos cada vez “conocen” más sin que esto signifique un control más efectivo o siquiera positivo de la realidad que les rodea, pues carecen de los elementos necesarios para formarse un juicio independiente y crítico mediante el que ponderar los efectos de dicha realidad en sus intereses y en los de la comunidad.

Quizás sea ahora el momento adecuado de reformular el concepto de información: desacralizar las primicias, expresión clara de la información asociada al producto de consumo, y contar los acontecimientos de manera contextualizada y con su trasfondo social y de interés público. Todo ello nos lleva nuevamente al tema de la veracidad y, finalmente, a la credibilidad o ausencia de ella.

b) Deontología profesional y el periodismo on-line: compromiso con la verdad y los nuevos desafíos del periodismo digital.

Tal como indica Suárez Villegas (2015:56), es importante “analizar si desde los principios éticos convencionales se alcanza a dar respuesta a los dilemas éticos. Se demostrará que los principios éticos del periodismo son los mismos pero la conveniencia de concretar pautas deontológicas más ajustadas a los desafíos digitales contribuiría a esclarecer las responsabilidades del periodista profesional en un entorno de gran confusión comunicativa”. Y no solo eso, sino que además contribuiría a hacer más creíbles las informaciones que se dan en el ámbito social y que contribuyen a la formación de opiniones, que a su vez determinan aspectos de la vida pública como la política y de la cual emanan aspectos básicos de la vida en nuestra sociedad, que es a su vez la sociedad de la información y de la imagen.

En este mismo sentido Suárez Villegas (2015:89) continúa diciendo que “en la deontología del periodismo online, los valores humanos en los que hunde el periodismo sus raíces no cambian. Se trata de un compromiso con la verdad de los hechos que deben ser contados de manera honesta, plural y rigurosa. Esta

actividad profesional exige diligencia en el modo de obtener la información, claridad expositiva, un lenguaje preciso, distinguir entre hechos y valoraciones subjetivas y respeto a los derechos de las personas afectadas”.

Siguiendo esta misma línea, Ward & Wasserman (2010) nos hablan de la exigencia de una información instantánea espoleada por la rápida expansión de las redes sociales, el acoso contra la privacidad derivado del mal uso de las nuevas tecnologías de comunicación, las filtraciones anónimas de información, las fronteras cada vez más difusas entre publicidad y periodismo, la identidad líquida del periodista frente al nutrido número de usuarios digitales, o la precisión a la hora de componer las noticias son sólo algunos de los dilemas éticos planteados por Internet como herramienta de elaboración y difusión de contenidos periodísticos. Es importante ver estas fronteras como el lugar donde la veracidad y la “palabra recta” encuentran espacios para una mayor credibilidad en la sociedad de la información.

Continuamos con las palabras de Suárez-Villegas (2015) al subrayar la idea de cómo plantear pautas deontológicas cuando la información en el ciberespacio no está sujeta a fronteras y, además, han surgido otros agentes que actúan como transmisores de la información sin aceptar una posición profesional. Qué función debe desempeñar los medios de comunicación en un entorno volátil para la protección de los derechos de las personas. El compromiso de los medios con la ética parece el único aval que pueden ofrecer de su profesionalidad y de su credibilidad. Por eso, resulta necesario que los códigos implementen pautas deontológicas complementarias a fin de concretar el sentido de los principios del periodismo frente a los nuevos desafíos del periodismo digital.

Micó, Canavilhas, Masip y Ruiz (2008) indican que el principio moral como fin no se altera con la tecnología, que es el medio, no obstante, el cambio tecnológico puede incorporar unos riesgos que aumentan las dificultades para la consecución del principio moral. En este sentido, la deontología profesional considera que una de las normas para esa búsqueda diligente de la verdad es que el periodista siempre ha de contrastar la información. La irrupción de Internet no altera la norma; lo que hace es seducir con su contundencia hipermedia y relajar el filtro de seguridad. Así pues, internet debe reforzar y no debilitar la veracidad en la información periodística, para lo cual deben de funcionar esos

filtros que lejos de reducir la información, deben de contrastarla y complementar los medios tradicionales y profesionales.

c) La autorregulación de la actividad informativa: identidad de una sociedad democrática.

Nos encontramos en una sociedad donde los medios de comunicación ejercen un verdadero poder más allá de cuestiones económicas, o como se expresa en palabras de Taufic (2005:99), “un medio de comunicación es algo más que una empresa periodística y frecuentemente no genera grandes ganancias, excepto por el formidable poder que puede alcanzar en la sociedad. Un poder intangible, es cierto, pero no por ello menos real. El poder para transmitir valores y significados compartidos. Para informar, orientar y entretener. Para fiscalizar los actos de autoridad, denunciar las injusticias y buscar la verdad. Este poder se ha visto incrementado en esta “sociedad de la información” en que vivimos, en donde la comunicación es instantánea y lo que sucede en remotos lugares del mundo es posible presenciarlo en tiempo real en todo el planeta. Sobre todo, cuando las grandes utopías, los proyectos colectivos y la participación social, han cedido terreno a favor de la individuación, la democracia medial o de audiencias, donde los medios han devenido, prácticamente, en el espacio privilegiado de socialización de significados compartidos”.

He ahí la gran importancia de la veracidad de la información y la capacidad de ésta de provocar cambios y crear significados que de otro modo serían impensables y, a diferencia de otros momentos de la historia desde la transmisión oral de la información en la antigüedad, hasta la invención de la imprenta con Gutenberg en el año 1440, nunca se han producido con la velocidad y expansión actuales.

En esta línea, comenta Desantes (1973) que la autorregulación de la actividad informativa es una de las señas de identidad de una sociedad democrática. Esta iniciativa ha sido vista con buenos ojos incluso por el poder legislativo, que encontraría en la auto normación de la actividad periodística un complemento útil para dirimir de manera más eficaz y ágil tales controversias al interno de la propia profesión. Ciertamente es un tema que puede generar cierta controversia, dado que la normativización externa de la actividad informativa puede verse como un

intento de coerción, pero, a su vez, una mala autorregulación o falta de límites éticos puede dar lugar a un déficit en la información y su veracidad que podrían poner en tela de juicio su credibilidad.

En este sentido, Suárez-Villegas (2015) nos señala como las medidas jurídicas no siempre pueden resultar las más adecuadas, dado que no pueden llegar al fondo de las actitudes e intenciones que existen detrás de la mirada informativa y la voluntad de contarla desde un compromiso con la ciudadanía. Por otro lado, podemos encontrar como el exceso de regulación puede a su vez conllevar un efecto contraproducente para la propia libertad de expresión, ya que los poderes políticos podrían encontrar una manera de controlar a sus controladores, todo ello con los riesgos de censura previa y de poner cortapisas a la labor periodística, situándonos en otra no menos coactiva situación con la información y su credibilidad.

Nuevamente, Micó, Canavilhas, Masip y Ruiz (2008), nos hablan de cómo la autorregulación se situaría entre el derecho y la práctica periodística, guiada por criterios y principios éticos. Sin embargo, otros autores como es el caso de Ruiz (2003), sí que sostienen que la autorregulación no es suficiente, dado que presenta limitaciones y que se hace por este motivo preciso completarla. La cuestión vendría a ser entonces ¿qué hacer entonces ante la falta de autorregulación en una sociedad de la información en la que nos encontramos tan a menudo con bulos informativos interesados?

En este sentido, Escobar Roca (2017:67) defiende el papel regulador del derecho como el único mecanismo que realmente puede ofrecer resultados. "No estoy en contra de la autorregulación -comenta-, simplemente constato que hasta la fecha ha dado escasos frutos, y que sólo el Estado está en condiciones de suplir su omisión". Aquí podemos encontrar otra mirada diferente y que nos vuelve a situar ante la misma pregunta sobre la falta de autorregulación o un exceso de esta desde un Estado que ejerce un poder que no le corresponde de entrada, todo ello en la búsqueda de una información creíble basada en la transparencia informativa que emana de la veracidad de esta.

#### d) Ética de calidad en un entorno digital.

Se hace hoy más necesaria que nunca una ética de la calidad en un entorno digital cada vez más rápido y volátil que donde la rumorología toma espacio a la verdad o, tal como indica Suárez-Villegas (2015:43), “en el periodismo online la facilidad de rectificación de titulares o contenidos de la noticia podría relajar la responsabilidad que debe asumir el periodista de verificar la noticia desde el primer momento, y evitar que simple rumores puedan ser ya tomados como hechos ocurridos”, lo cual nos lleva a esa “facilidad” que se une a la rapidez de la información como cordón desde el que acercarnos a una nueva realidad informativa en un entorno digital que necesita a su vez de una ética de calidad.

Para Cabrera (2005), Internet añade una nueva dificultad al periodismo, dado que permite que haya una información sin filtro de calidad - transmisora de mentiras, banalidades y perversión - ni veracidad, al multiplicarse el número de sitios de cariz informativo con un origen dudoso. Este origen dudoso repercute de manera directa y determinante en la credibilidad que se le puede dar a la información y a su fiabilidad que nos dirige finalmente a la veracidad que tienen las fuentes y los filtros que podemos encontrar en Internet y la falta de ética en su calidad informativa.

En este sentido Stovall (2004) indica que en general, los bloggers observan algunos principios distintivos del periodismo, pero ignoran otros tan importantes como la verificación rigurosa de los hechos. De momento, Internet sólo garantiza la capacidad de expresar sin obstáculos lo que se dice a una dimensión global con un lenguaje que ahora es hipermedia. Pero la esencia de la información sigue siendo la verdad. El gran criterio de diferenciación será una práctica periodística basada en los principios éticos y el rigor, alejada de banalidades, urgencias, rumores y partidismo. De este modo, la verdad y el rigor son la base de todo principio ético más allá de los canales, tecnologías o herramientas que se pongan en juego en la transmisión de la información, conformando éstos la verdadera esencia atemporal del acto comunicativo que debe de emanar de un principio de rectitud informativa.

A todo lo anterior podríamos añadir las palabras de Singer (2006), cuando afirma que los preceptos éticos que deben guiar la labor periodística en la era de

Internet son los mismos que los de antes de la irrupción de la red. Sin embargo, esta autora considera que los fundamentos teóricos de dichos principios sí que deben reformularse. Decir la verdad sigue siendo vital, pero no porque al ciudadano se le deba decir la verdad, sino porque la verdad es la base ética en la que se cimienta cualquier relación social.

En palabras de Micó, Canavilhas, Masip y Ruiz (2008), debemos de reivindicar una ética de Internet que a su vez equivale a aceptar que cada soporte requiere unos principios morales específicos y unas normas deontológicas propias. Así pues, la denominada era de la opinión o, dicho en palabras de Sartori (2003), "el ruido", acaba afectando a los medios convencionales, lo cual además lleva a que se amplifique exponencialmente en la red, lo cual lleva a que se abuse de la opinión y que puede llevar la palabra al límite, para finalmente poder decir aquello que no es posible demostrar con datos porque quizá sea indemostrable. De este modo, se acaba creando una amplia zona de impunidad que queda a la sombra del derecho, puesto que la libertad de opinión encuentra menos constricciones legales que aquellas que tiene la de información.

Para finalizar este apartado, vamos a tomar como referencia las palabras de Villegas (2014:85-86) cuando explica que "el periodismo es tal en cualquiera de los formatos en los que venga realizado, por lo que dichas exigencias no pueden ser dejadas de lado por la dinámica acelerada de los procesos informativos en el entorno digital", lo cual resumen bastante bien la idea que se ha ido exponiendo sobre una ética de la calidad que más allá de los tiempos que corren y de los diferentes medios y formatos a través de los cuales la información fluye, donde la veracidad y el rigor no pasan nunca como base de una verdadera información en una sociedad democrática.

## 2.3 El profesional de la información y la nueva realidad social y laboral

### a) Periodismo al servicio del mercado Vs. Periodismo comprometido con la información veraz.

En una economía de mercado, donde la sociedad de la información y de la imagen se une a una sociedad del consumo, se hace necesario un periodismo que vaya más allá del servicio del mercado y se convierta en un periodismo comprometido con la información veraz y que, a su vez, sea creíble y capaz de aportar criterios de decisión transparentes.

En este sentido, Micó, Canavilhas, Masip y Ruiz (2008) nos recuerdan que en la actualidad nos encontramos en una carrera en la que se busca ser el primero en dar una noticia, dentro de una lucha absurda si se tiene en cuenta que en la mayoría de los casos se ofrecen noticias de agencia y que, por lo tanto, a los pocos minutos e incluso segundos, todos los medios pueden llegar a reproducir las mismas frases, lo cual puede llegar a motivar que se produzca la difusión de errores como los vistos anteriormente, prácticas desdeñables que den como resultado la publicación de imágenes que pueden ser manipuladas o la emisión de noticias que no hayan sido contrastadas, dando como resultado final una información poco veraz en el mejor de los casos.

A este respecto, la ausencia de resultados que atribuye Escobar (2002:18) a la autorregulación se podría imputar a que la responsabilidad puede recaer de manera mayoritaria sobre “las espaldas del eslabón más débil de la cadena: los periodistas”. Esto se debe a que sus condiciones laborales son cada vez más precarias, lo cual lleva a que se vean obligados a trabajar en un ambiente cada vez más marcado por las exigencias del mercado y las cuentas de resultados. De esta manera, al igual que también nos propone Aznar (2005), esto nos haría a que se hiciera necesaria una autorregulación de las empresas y, a la vez, una responsabilidad compartida por todos, lo cual también incluiría a las audiencias, ya que sólo de esta manera la autorregulación y los códigos deontológicos serían efectivos y podrían dar respuesta a la realidad que la sociedad actual de la información requiere.

A esto podemos añadir las palabras de Suárez Villegas (2014) cuando comenta que la falta de vitalidad de la ética podría estar causada por la una mala voluntad del profesional, sin embargo, a ello también puede añadirse una deficiente protección de los derechos de los profesionales, cuando estos se ven sometidos a exigencias de las empresas periodísticas que ponen en cuestión sus deberes profesionales y les añaden una presión adicional y pueden condicionar su trabajo.

Esta situación puede producir una especie de vaciamiento de la profesionalidad del periodista y producir lo que se podría calificar de “periodismo sin periodistas”, ya que estos se pueden ver obligados a abandonar la investigación de los acontecimientos para acabar convirtiéndose en difusores de noticias que han sido elaboradas por otras instancias, ya sean estos poderes públicos, empresas privadas, agencias informativas o, lo que últimamente se produce cada vez con más frecuencia, y es a través de las redes sociales y los blogs.

A todo esto Suárez Villegas (2014) añade que la dinámica de un modelo de periodismo mercantilista que reduce los hechos a titulares fugaces e impactantes, como si se tratara de un eslogan publicitario, deja a la ciudadanía ayuna de la información necesaria para formarse un juicio crítico sobre los acontecimientos de interés público, circunstancia que facilita la posterior domesticación de la opinión pública por parte del poder, lo cual nos lleva a una falta de veracidad debida a la falta de información suficiente para poderse hacer una idea suficientemente amplia y correcta de la realidad a la que se trata de mirar y entender para poder a su vez dar una respuesta con los suficientes criterios que conformen una opinión.

En este sentido, en el libro “El discurso del miedo”, del profesor Rodríguez Borges (2010), se pone de relieve cómo la inmigración es presentada bajo categorías que la asocian con situaciones de ilegalidad o ruptura del orden social. En parte este efecto se ve reforzado por un público acostumbrado a hacer de las noticias una lectura de titulares, así como por una narrativa audiovisual que selecciona los aspectos más sensacionalistas para su tratamiento.

Además de todo esto, se añade que los medios actúan como meras correas de transmisión de las fuentes oficiales, lo cual nos lleva a que ello puede contribuir a “oficializar” una opinión pública sobre este o cualquier otro asunto, frente a la ausencia de información en cualquier circunstancia que rodea a la inmigración o cualquier otro tema.

Para finalizar y tomando las palabras nuevamente de Suárez Villegas (2014), la tarea del periodista no puede consistir simplemente en reproducir las noticias de terceros, sino en ser capaz de buscarlas y contarlas de manera veraz e independiente, lo cual nos llevará a una información que dé credibilidad a la noticia, desde un criterio de veracidad en la sociedad del consumo, donde la información es un bien de consumo y de poder.

#### b) La calidad como distintivo del periodista profesional

En nuestros días, la calidad es una palabra reusada en todos los campos y, a menudo, vaciada de significado y transformada en un elemento más para la venta en la sociedad del consumo. Sin embargo, queremos aquí darle una significación concreta, para lo cual continuamos haciendo nuestras las palabras de Micó, Canavilhas, Masip y Ruiz (2008) cuando comentan que hay que partir de la idea de que la credibilidad es la consecuencia lógica del rigor ético y profesional, elementos clave de una calidad periodística en nuestros tiempos, a lo cual añaden que hemos de seguir creyendo en la definición de periodismo que conserva intacta la función clásica que el liberalismo político asignó a la profesión: debe orientar al ciudadano, en un mundo cada vez más complejo, para que pueda formar su opinión y traducirla en voluntad política, entendiendo que la distinción del periodista profesional del resto de emisores está estrechamente ligada a la realización de un periodismo de calidad y creíble que se distinga del periodismo aficionado realizado desde, por ejemplo, blogs.

En esta línea, retomamos a Suárez Villegas (2014) cuando dice que las señas de identidad del periodismo deben de hundir sus raíces en su compromiso con la verdad y la voluntad de actuar como guardián de los intereses de la ciudadanía frente a las injusticias sociales. En este sentido, el periodista se convierte en un observador incómodo de los poderes públicos cuando carecen de transparencia

en sus actuaciones, y frente al periodismo al servicio del mercado que privilegia noticias de consumo rápido y de escasa sustancia informativa, se reivindica un modelo de periodismo que profundice en la realidad de los acontecimientos y ofrezca versiones plurales y críticas de la realidad social.

Además de todo lo anterior, también añade que la responsabilidad del medio no sólo debe alcanzar a los criterios de veracidad, que en un principio es la base de todo lo demás sino también al control de una participación que debería ser plural y constructiva para ciudadanos con espíritu crítico y dialogante. En esa línea de construcción de una ciudadanía global y plural debe de caminar la calidad periodística cogida de la mano con una ética profesional capaces de dar respuesta a las necesidades de nuestra sociedad y de una verdadera democracia participativa.

En este sentido, nos sumamos a sus palabras cuando explica que la calidad informativa debe marcar y marcará la diferencia entre la actividad de los medios de comunicación y el resto de los agentes que pueblan la infoesfera digital de los cuales ya hemos hecho mención anteriormente. Y es con este objetivo en nuestra mente que se ha de avanzar por un periodismo que aspire a un estilo de información capaz de rehuir las urgencias de nuestro tiempo y de ofrecer noticias contrastadas y a su vez contextualizadas capaces de aportar una visión verdaderamente completa de los acontecimientos y hechos que se producen y ser reflejo de los mismos desde la fidelidad informativa y veraz.

Ya para finalizar, tomamos prestadas las palabras de Keller (2014:45) cuando nos indica que “creemos en un periodismo de la verificación más que en el de la aseveración. Esto quiere decir que valoramos mucho más la precisión que la velocidad o la sensación”. A esta característica añade la transparencia, es decir, acreditar sus fuentes y las pruebas pertinentes que avalen los hechos. Y es que la noticia es tal cuando ocurre y en los términos que se produce, sin que deba ser recortada o ajustada para ofrecer ciertas interpretaciones interesadas.

### 3. Budismo y Recta Palabra

#### 3.1 Aproximación al budismo: Dónde, cuándo y por qué

Existe una amplia bibliografía respecto al budismo, fácilmente accesible de manera en diferentes fuentes como puede ser la fuente de internet de Wikipedia <https://es.wikipedia.org/wiki/Budismo> a la cual hacemos referencia por ser una plataforma de información que se construye de manera colaborativa y a la cual hemos accedido en diferentes momentos para completar y desarrollar este punto del TFM. En esta podemos de manera ágil y sencilla introducirnos en su conocimiento, si bien es cierto que aquí se trata tan solo de una aproximación que abre las puertas a una realidad mucho más profunda que la que podemos abarcar en este trabajo, y donde la práctica es la culminación del conocimiento más allá de los datos expuestos tanto en las diferentes fuentes de información como en la síntesis que a continuación se desarrolla.

##### a) Historia y desarrollo

El budismo está basado en las enseñanzas del maestro espiritual llamado "el Buda" ("el Despierto", c. siglo V al IV siglo a. C.). Los primeros textos budistas que se pueden encontrar tienen el apellido de Buda como "Gautama" (Pali: Gotama). Los detalles que encontramos de la vida de Buda se mencionan en muchos textos budistas tempranos, sin embargo, estos son escasos y las fechas precisas no son conocidas y solo podemos tener una aproximación a las mismas.

Las diferentes evidencias que podemos encontrar de los primeros textos sugieren que pudo nacer en Lumbini y que además creció en Kapilavastu, siendo esta una ciudad en la llanura del Ganges, muy cercana de la actual frontera entre Nepal y la India, y que además de esto pudo pasar su vida en lo que actualmente serían los modernos Bihar y Uttar Pradesh. Todo indica también que nació en una familia de élite de la tribu Shakya, la cual se encontraba gobernada por una pequeña oligarquía o un consejo similar a una república. Por esto lo llamaban "Shakyamuni" (el sabio de los Shakya).

Según algunos textos tempranos que conocemos como el Pali *Ariyapariyesanā-sutta* ("El discurso sobre la noble búsqueda", MN 26), Gautama se conmovió por el sufrimiento de la existencia cíclica, lo cual le llevó a empezar una búsqueda para conseguir la liberación del sufrimiento y el renacimiento.

Así mismo, los primeros textos y biografías que encontramos nos indican que Gautama realizó sus estudios por primera vez con dos maestros de meditación, Alara Kalama (sánscrito: Arada Kalama) y Uddaka Ramaputta (Udraka Ramaputra). Al percibir que estas enseñanzas no eran suficientes para obtener su objetivo, pasó a la práctica del ascetismo severo, lo cual daba lugar a un estricto régimen de ayuno y diferentes formas de control de la respiración. Esto no alcanzó tampoco su objetivo, por lo que después recurrió a la práctica meditativa de "dhyana". Se sentó a meditar bajo un árbol de *Ficus religiosa* ahora llamado "el árbol de Bodhi" en la ciudad de Bodh Gaya y de esta manera logró alcanzar lo que se denomina el "Despertar" (bodhi).

De acuerdo con varios textos tempranos como son el *Mahāsaccaka-sutta* y el *Samaññaphala Sutta*, al despertar, el Buda obtuvo una visión del funcionamiento del karma y sus vidas anteriores. A esto habría que sumarle también el hecho de que logró el fin de las impurezas mentales (asavas), el fin del sufrimiento y renacimiento en *saṃsāra*. Este acontecimiento también sumó la certeza sobre el Camino Medio -ni ascetismo extremo ni hedonismo- como el camino correcto de la práctica espiritual para terminar con el sufrimiento. Siendo ya un Buda (uno que ha "despertado"), sumó seguidores y fundó una Sangha (orden monástica).

Encontramos que el Samsara en el budismo se considera *dukkha*, insatisfactorio y doloroso, perpetuado por el deseo y *avidya* (ignorancia), y el karma resultante, siendo la liberación de este ciclo de existencia, el nirvana, que ha sido la base y la justificación a través de la historia más importante del budismo, donde el karma (del sánscrito: "acción, trabajo") impulsa *saṃsāra*, encontrando que las buenas acciones (Pāli: *kusala*) y las malas acciones (Pāli: *akusala*) producen "semillas" en la conciencia que maduran más tarde en esta vida o en un renacimiento posterior, y donde la existencia del karma es una creencia central en el budismo, lo cual no implica ni fatalismo ni que todo lo que le sucede a una persona sea causado por el karma.

Este acontecimiento también sumó la certeza sobre el Camino Medio como el camino correcto de la práctica espiritual para terminar con el sufrimiento. Siendo ya un Buda (uno que ha “despertado”), sumó seguidores y fundó una Sangha (orden monástica).

El resto de su vida transcurrió enseñando el Dharma (‘religión’, ‘ley religiosa’ o ‘conducta piadosa correcta’) que había descubierto a lo largo de todo el norte de la India, finalmente muriendo y consiguiendo el "nirvana final" (estado de liberación tanto del sufrimiento (dukkha) como del ciclo de renacimientos), con una edad de 80 años en Kushinagar, India.

Encontramos que el budismo es actualmente una religión a nivel mundial y una «doctrina filosófica y espiritual» que no es teísta y que pertenece a la familia dhármica (Familias de religiones contemplativos, meditativos, pacifistas). También a ello se le suma una variedad de tradiciones, creencias religiosas y prácticas espirituales que son esencialmente atribuidas a Buda Gautama. El budismo es la cuarta religión con más importancia en el mundo contando con más de 500 millones de seguidores o lo que vendría a ser el 7 % de la población en el mundo.

El budismo tuvo su origen como ya hemos comentado en la India entre los siglos VI y IV a. C., desde donde se difundió a gran parte del este de Asia y descendió su práctica en el país de origen durante la Edad Media.

En todas las tradiciones budistas se busca el objetivo de eliminar el sufrimiento (dukkha) y liberarse del ciclo de muerte y renacimiento (samsara), lo que viene representado por el logro del Nirvana o por alcanzar la budeidad. En este sentido, las escuelas budistas se diferencian en su interpretación de distintos elementos en el camino hacia la liberación, la importancia relativa y la canonicidad asignadas a los diversos textos budistas, y sus enseñanzas y prácticas específicas. Las prácticas ampliamente observadas incluyen la “Toma de Refugio” en el Buda, el Dharma y la Sangha, la observancia de los preceptos morales, el monasticismo, la meditación y el cultivo de los Paramitas (perfecciones o virtudes).

Nos encontramos con dos ramas importantes del budismo que son el Theravāda que es la Escuela de los Ancianos, y Mahāyāna que es el El Gran Camino, donde el budismo Theravāda está generalizado en Sri Lanka y en el sudeste asiático, al igual que en Camboya, Laos, Myanmar y Tailandia. En este sentido, además encontramos el Mahayana, que cual incluye también las tradiciones de Tierra Pura, Zen, Budismo Nichiren, Shingon y Tiantai (Tendai), y que se encuentra en todo el este de Asia.

A ello le sumamos el Vajrayana, que es un conjunto de enseñanzas atribuidas a adeptos indios y que puede verse como una rama separada o como un aspecto del budismo Mahayana, a lo cual sumamos el budismo tibetano ampliamente conocido, y que conserva las enseñanzas Vajrayana de la India del siglo VIII, el cual se practica en los países de la región del Himalaya, Mongolia y Kalmukia.

#### b) Prácticas budistas

En el desarrollo del budismo, encontramos diferentes prácticas, algunas bastante expandidas en la sociedad de la información en general y otras muy pocas conocidas. Vamos a hacer un breve recorrido por cada una de ellas para aproximarnos a la perspectiva budista y la forma en que repercute en una determinada forma de comunicar.

Empezaremos por la práctica budista “Escuchando el Dharma”, donde encontramos que en diferentes sutras (textos escritos en los que se exponen enseñanzas y preceptos relativos a las diferentes vías de conocimiento para alcanzar la “iluminación” o realización espiritual completa del ser humano) que presentan el camino graduado enseñado por el Buda, como el *Samaññaphala Sutta* y el *Cula-Hatthipadopama Sutta*, el primer paso en el camino sería ser capaces de escuchar el Dharma del Buda, lo que nos conduce a la adquisición de confianza o fe en las enseñanzas del Buda.

En este sentido, los maestros budistas de Mahayana y Yin Shun afirman que la escucha del Dharma y el estudio de los discursos budistas es importante "si uno quiere aprender y practicar el Buddha Dharma." De la misma manera, en el budismo indo-tibetano, los textos de "Etapas del camino" (*Lamrim*) por lo general colocan la actividad de la escucha en las enseñanzas budistas como una práctica

importante. Imaginemos en el contexto de este TFM la importancia de la escucha previa antes de hablar y, en este sentido, comunicar e informar de forma recta y correcta.

Otra práctica fundamental es la que se denomina como "Refugio", lo cual tradicionalmente es el primer paso formal en la mayoría de las escuelas budistas y que requiere tomar los "Tres Refugios", que también se han venido en llamar las Tres Joyas (Sánscrito: triratna, Pali: tiratana) siendo la base de la práctica religiosa. En este sentido, el budismo tibetano en ocasiones suma un cuarto refugio, en el lama o maestro espiritual. Los budistas sienten que los tres refugios actúan como protectores y también una manera de mostrar una actitud de reverencia básica.

En este sentido, la antigua fórmula que se repite para refugiarse afirma que "voy al Buda como refugio, voy al Dhamma como refugio, voy a la Sangha como refugio". En esta línea, Harvey comenta que recitar los tres refugios no se considera un lugar para esconderse, sino un pensamiento que "purifica, eleva y fortalece el corazón", y es que en bastantes escuelas budistas encontramos algún tipo de ceremonia llevada a cabo por un monje o maestro que ofrece la toma de refugio en las Tres Joyas. Esto viene a ser lo que conocemos por una manifestación pública del compromiso, pero no es imprescindible.

Encontramos otra práctica en la "Devoción", donde se produce la práctica de postración budista indo-tibetana en Jokhang, Tíbet, en la cual, en palabras de Peter Harvey, en general las formas de budismo "consideran saddhā confianza confiable o la fe, como una cualidad que ha de ser equilibrada con la sabiduría, y como una preparación y acompañamiento para la meditación". Debido a esto, la devoción es esencial en la práctica de la mayoría de los budistas, donde las prácticas devocionales suman la oración ritual, la postración, las ofrendas, la peregrinación y cantar.

Hay que añadir que la devoción budista en general se centra en algún objeto, imagen o ubicación que se considera sagrada o espiritualmente influyente, lo cual nos lleva a ejemplos de objetos de devoción que incluyen pinturas o estatuas de budas y bodhisattvas, estupas y árboles bodhi. En este sentido, el canto grupal público para devocionales y ceremoniales es común a todas las tradiciones budistas y se remonta a la antigua India, en la cual el canto ayudó a

memorizar las enseñanzas transmitidas oralmente. A ello se suman los rosarios llamados malas y que son usados en todas las tradiciones budistas para contar el canto repetido de fórmulas o mantras comunes. El canto es, de este modo, un tipo de meditación grupal devocional que conduce a la tranquilidad y comunica las enseñanzas budistas.

Dentro de las prácticas enseñadas por el Buda, una es la restricción de los sentidos (*indriya-samvara*). En los diferentes caminos graduados, esto por lo general es presentado como una práctica que se transmite antes de lo que sería la meditación formal, y que subraya la meditación al debilitar los deseos sensoriales que son un obstáculo. Según Bhikkhu Anālayo, la restricción de los sentidos se produce cuando uno "protege las puertas de los sentidos para evitar que las impresiones sensoriales conduzcan a deseos y tristeza". En este sentido, esta práctica da lugar a una paz y felicidad interna que forma una base para la concentración y la comprensión.

A ello hay que sumarle que una virtud y práctica budista relacionada es la renuncia (*nekkhama*). Hace referencia a renunciar a las acciones y deseos que se consideran poco saludables en el camino espiritual, como el deseo por sensualidad y cosas mundanas. La renuncia se puede cultivar de diferentes formas, donde la práctica de donación vendría a ser una forma de cultivar la renuncia. Otra forma es la de renunciar a la vida laica y convertirse en monástico. La práctica del celibato (ya sea para la vida como monje o temporalmente) también es una forma de renuncia.

Una práctica comúnmente más conocida en nuestra sociedad occidental como "mindfulness" sería la "Atención plena y comprensión clara", donde la formación de la facultad llamada "atención plena" (Pali: *sati*, sánscrito: *smṛti*, que significa literalmente "recordar, memoria") es fundamental en el budismo. En este sentido, Bhikkhu Analayo comenta que la atención plena es una plena conciencia del momento presente que mejora y fortalece la memoria. A ello hay que añadir que existen diferentes prácticas y ejercicios para entrenar la atención plena en los primeros discursos, como los cuatro *Satipaṭṭhānas* (sánscrito: *smṛtyupasthāna*, "establecimientos de atención plena") y *Ānāpānasati* (sánscrito: *ānāpānasṛti*, "atención plena de la respiración").

Para finalizar con esta práctica, conviene señalar además que una facultad mental relacionada, que se suele mencionar junto a la atención plena, es *sampajañña* ("comprensión clara"), siendo la capacidad de comprender lo que uno está haciendo y lo que está sucediendo en la mente, y si la mente está siendo influenciada por estados no saludables o saludables.

La meditación (*citta-bhavana*, "cultivo de la mente") es una parte esencial de la práctica budista. En este sentido, hay muchas y diferentes técnicas de meditación budista que dependen de cada tradición y escuela, si bien todas se basan en dos componentes llamados *samatha* (calma mental, tranquilidad) y *vipassana* (conocimiento directo, intuición). En el núcleo central de toda meditación budista hay una observación tranquila y atenta de los procesos y fenómenos de la experiencia. En los primeros textos, *citta-bhavana* se refiere principalmente al logro de "samādhi" (unificación mental) y la práctica de *dhyāna* (Pali: *jhāna*), donde Samādhi es un estado de conciencia tranquilo, sin distracciones, unificado y concentrado y el Dhyāna es "un estado de perfecta ecuanimidad y conciencia plena (*upekkhā-sati-parisuddhi*)", alcanzado a través del entrenamiento mental.

Debemos añadir a lo anterior que en la meditación budista se enseñan varios temas o enfoques, como la respiración, el cuerpo físico, las sensaciones agradables y desagradables y la mente misma, pero en cualquier caso, el Buda enseñó meditación con un nuevo enfoque y una teoría única de la liberación que integró los cuatro *jhānas* (o niveles de profundidad meditativa) con la atención plena y otras prácticas. La discusión budista sobre la meditación no tiene el concepto de un *atman* (un yo eterno o alma), y critica tanto la meditación excesivamente ascética del jainismo como las meditaciones hindúes que buscan acceder a un Ser eterno y universal.

Continuando con las prácticas budista, encontramos "Los cuatro *jhānas*", donde los textos budistas enseñan varios esquemas de meditación. Una de las más destacadas es la de los cuatro "rupa-jhānas" (cuatro meditaciones en el ámbito de la forma), que son "etapas de concentración progresivamente más profundas", y que son estados de "perfecta atención, quietud y lucidez".

Las cuatro rupa-jhānas son:

1. Primer jhāna: el primer jhāna se puede ingresar cuando uno está apartado de la sensualidad y las cualidades no saludables, debido a la reclusión y el esfuerzo correcto. Hay pīti ("éxtasis") y sukha ("placer") no sensual como resultado de la reclusión, mientras que vitarka-vicara (pensamiento y examinación) continúa.
2. Segundo jhāna: hay pīti ("éxtasis") y sukha ("placer") no sensual como resultado de la concentración (samadhi-ji, "nacido de samadhi"); hay ekaggata (unificación de la conciencia) libre de vitarka-vicara (o "pensamiento discursivo"); y hay sampasadana ("tranquilidad interior").
3. Tercer jhāna: pīti se aleja, hay upekkhā (ecuanime; "desapego afectivo"), y uno está atento, alerta y siente placer (sukha) con el cuerpo;
4. Cuarto jhāna: una etapa de "pura ecuanimidad y atención plena" (upekkhāsatiṭṭhā), sin ningún placer o dolor, felicidad o tristeza.

Seguimos con las prácticas budistas hasta llegar a “Los logros sin forma” donde encontramos que hay otros cuatro estados meditativos, referidos en los primeros textos como "arupa samāpattis" (los logros sin forma), los cuales son vistos como formas de conciencia más elevadas y refinadas. A menudo son agrupados en el esquema de los jhānas. También se llaman jhānas inmateriales (arūpajhānas) en los comentarios. El primer logro sin forma es un lugar o reino de espacio infinito (ākāsānañcāyatana) sin forma. El segundo se denomina reino de la conciencia infinita (viññāṇaṇcāyatana); el tercero es el reino de la nada (ākiñcaññāyatana), mientras que el cuarto es el reino de "ni percepción ni no percepción".

Continuamos con la “Meditación y la visión clara” donde las diversas tradiciones budistas generalmente ven la meditación budista como dividida en estas dos formas principales. *Samatha* que también se llama "meditación calmante", y se enfoca en calmar y concentrar la mente, es decir, desarrollar samadhi y los cuatro dhyānas. Según Damien Keown, vipassanā, mientras tanto, se centra en "la generación de una visión penetrante y crítica (*paññā*)".

Seguimos con “Brahma-viharas”, donde los cuatro estados inconmensurables (Sct: *apramāṇa*, Pāli: *appamaññā*) o las cuatro viviendas celestiales (*Brahma-viharas*) son virtudes o temas para la meditación budista. Ayudan a una persona a renacer en el reino celestial (Brahma) y también a cultivar samadhi.

Los cuatro Brahma-vihara son:

1. La bondad amorosa (Pāli: *mettā*, sánscrito: *maitrī*) es buena voluntad o amistad hacia todos
2. La compasión (pāli y sánscrito: *karuṇā*) es desear el fin del sufrimiento de los demás.
3. Alegría empática (pāli y sánscrito: *muditā*): es el sentimiento de alegría porque otros son felices, incluso si uno no contribuyó a ello; es una forma de alegría comprensiva.
4. Ecuanimidad (Pāli: *upekkhā*, sánscrito: *upekṣā*): una serenidad imparcial.

Continuamos con “*Prajñā*” (sánscrito) o *paññā* (Pāli) que es la sabiduría o conocimiento trascendental de la verdadera naturaleza de la existencia. Otro término que está asociado con *prajñā* y que a veces es equivalente a él es *vipassanā* (Pāli) o *vipaśyanā* (sánscrito), que significa "visión especial o vista clara". En los textos budistas, a menudo se dice que la facultad de *vipassana* se cultiva a través de los cuatro establecimientos de atención plena.

*Prajñā* es importante en todas las tradiciones budistas. Se describe de diversas maneras como sabiduría con respecto a la naturaleza no permanente de los dharmas (fenómenos), conocimiento sobre la cualidad de "no-yo", la vaciedad, el funcionamiento del karma y el renacimiento, y el conocimiento de la originación dependiente. De la misma manera, *vipaśyanā* se describe de manera similar, como en el texto Theravada llamado *Paṭisambhidāmagga*, donde se dice que es la contemplación de las cosas como impermanentes, insatisfactorias y no-yo.

### c) Budismo en el mundo actual

Conviene recordar que el budismo en el mundo actual no se encuentra sistematizado en una organización ni jerárquica ni vertical, viendo cómo la

autoridad religiosa se encuentra en los textos sagrados, es decir, en los *Sutras*, que son discursos del Buda Gautama y sus discípulos. A ello le sumamos que hay un gran número de materiales de interpretación en el que contribuyen maestros y personajes a lo largo de la historia y que los han ido explicando y analizado.

Hay que hacer referencia también a que la comunidad monástica se organiza históricamente por líneas de transmisión en el tiempo y en algunas escuelas las cadenas de relaciones entre maestros y discípulos son el eje central, donde los laicos tienen diferentes papeles todo ello dependiendo de las dos grandes ramas, Theravāda ('escuela de los ancianos') y Mahāyāna ('gran vehículo'). En el budismo Mahayana, la vida laica se considera tan útil para alcanzar el Nirvana como la vida monástica, mientras que en el Theravada se da un énfasis a la vida monástica. Finalmente, encontramos que otra clasificación muy común puede ser la de identificar una tercera rama; el Vajrayāna (o Tántrico), pudiéndose considerar también como una parte del Mahayana.

Este modo de organizarse descentralizado ha dado lugar a una gran flexibilidad en cuanto a los puntos de vista, variaciones y enfoques. Las variantes que podemos encontrar del budismo se produjeron por divisiones en el tiempo de puntos de discusión en el ámbito de las doctrinales, y a la vez, por distintos contextos sociales y geográficos, como un árbol ramificado.

Históricamente, el budismo se ha ido implantando en muchos países sin entrar en conflicto con las religiones tradicionales propias del lugar y, bien al contrario, en muchas ocasiones, intercambiando influencias. Si bien es cierto que puntualmente han existido algunos episodios históricos de enfrentamientos violentos por temas de doctrina o bien de acoso a personajes disidentes o algunas minorías, estos solo han sido excepciones para una religión que se convirtió en la mayoritaria de Asia Oriental durante un recorrido histórico de 2500 años.

Según podemos ver en las diferentes actualizaciones como muestra en Wikipedia<sup>2</sup>, las diferentes estimaciones sobre el número de budistas en el mundo varían significativamente, según diferentes fuentes disponibles, siendo las más

---

<sup>2</sup> [https://es.wikipedia.org/wiki/Budismo#El\\_budismo\\_en\\_el\\_mundo](https://es.wikipedia.org/wiki/Budismo#El_budismo_en_el_mundo)

modestas entre los 200 y los 330 millones de seguidores. La página web budista Buddhnet considera que los 350 millones podría ser la cifra más consensuada, la cual no incluye a las personas que solo simpatizan con el budismo o que siguen el budismo al lado de otra religión como el taoísmo, el sintoísmo o el cristianismo, algo que no es usual en la actualidad. La página web Adherentes.com establece el número de budistas en 375 millones (6 % de la población mundial). En cualquiera de estas mediciones el budismo es la cuarta religión más grande del mundo después del cristianismo, el islam y el hinduismo, seguida por la religión tradicional china.

Tras lo anteriormente dicho, esto significa que el budismo es una de las religiones de la humanidad más grandes en número de seguidores. En los países de Occidente el número de budistas ha crecido significativamente desde los años 1960. En Europa Occidental cuenta con 20 millones de seguidores y conforma hoy el 5 % de la población, y en Estados Unidos el budismo tiene una gran implantación, con unos cuatro millones de seguidores.

## 3.2 Ética y verdad

### a) Creencias en el budismo

Existe una enorme variedad en sus prácticas y manifestaciones, sin embargo, las escuelas budistas comparten varios principios filosóficos entre sí, y es que todos los elementos de las enseñanzas filosóficas fundamentales están caracterizados por estar estrechamente interrelacionados y contenidos en otros, por lo que, para lograr su comprensión, se necesita una mirada holística del conjunto. Además de todo esto, se debe de subrayar el dato de que todas las enseñanzas están presididas por un único Dharma, una única visión o enseñanza sobre la realidad universal o el orden cósmico (la palabra “dharma” reúne los significados de enseñanza, realidad y ley).

El budismo comprende un vasto número de escrituras y prácticas, pero posee un núcleo muy claro formado por las Cuatro nobles verdades y el Noble camino óctuple.

Ciertamente al budismo se le considera como religión no teísta, pero aun así se acepta la creencia en realidades espirituales, tales como son el renacimiento, el karma o la existencia de seres espirituales, como espíritus y deidades, pero no se rinde culto a los dioses dado que responden a una naturaleza permanente, a lo cual se le añade que las deidades son seres iluminados que han podido alcanzar la Iluminación, tales como los Budas, y el trato que se les da dista mucho del concepto tradicional que tenemos en occidente de deidad.

En esta aproximación que pretendemos hacer a las creencias en el budismo, lo primero que encontramos son las cuatro nobles verdades. Tras el despertar de Buda Gautama, el primer discurso (*Sutra*) que dio fue a sus antiguos compañeros de meditación, en lo que se conoce como "La puesta en marcha de la rueda del dharma", y es en este primer discurso, donde Buda Gautama establece las bases para la comprensión de la realidad del sufrimiento y su cese, que son conocidas como "Las Cuatro Nobles Verdades", las cuales constatan la existencia de lo que en el budismo se llama *duḥkha*; una angustia de naturaleza existencial.

La primera dice que existe *duḥkha*: el sufrimiento, insatisfacción o descontento existen. *Duhkha* es el concepto central del budismo y se traduce como la "incapacidad de satisfacer" y sufrimiento. La orientación básica del budismo expresa que anhelamos y nos aferramos a situaciones y cosas impermanentes. Esto nos coloca en el estado de Samsara, el ciclo de repetidos renacimientos y muerte. Queremos alcanzar la felicidad mediante situaciones y bienes materiales que no son permanentes y, por tanto, no logramos la verdadera felicidad.

La segunda dice que el origen del *duhkha* es el *trṣṇā* (en sánscrito: el deseo, el querer, el anhelo, la sed), y es que el sufrimiento se origina en el ansia que causan los deseos, los sentidos o el placer sensual, cualquier situación o condición placentera, buscando la satisfacción ahora aquí y después allí. Creemos que algún acto, logro, objeto, persona o entorno nos llevarán a la satisfacción permanente del "yo", cuando el "yo" en sí no es más que una fabricación impermanente de la mente. El apego y el anhelo producen karma, que nos ata al samsara, la ronda de la muerte y el renacimiento.

La tercera nos dice que existe un cese de *duhkha*, llamado *nirvana*: el sufrimiento puede extinguirse cuando se extingue su causa. Y es que el

sufrimiento se extingue con el abandono del anhelo, con la ausencia de pasión, el no albergar más. Esto es el nirvana. Esta verdad dice que es posible poner fin al sufrimiento.

La cuarta no habla de la existencia de un Noble camino óctuple para lograr este cese: el método para extinguir al sufrimiento, donde se prescribe un método, o camino, con el que se intenta evitar los extremos de una búsqueda excesiva de satisfacción por un lado y de una mortificación innecesaria por el otro. Este camino comprende la sabiduría, la conducta ética y el entrenamiento o cultivo de la 'mente y corazón por medio de meditación, atención y la plena consciencia del presente de manera continua. Se requiere método y disciplina para eliminar la ignorancia, el anhelo y finalmente dukkha. Es el camino de la sabiduría, la ética y la meditación, expuesto de manera detallada en el Noble Camino.

Para finalizar, tomar en consideración el Noble Camino Octuple (Āryamārgaḥ) que consiste en un conjunto de ocho factores o cualidades interconectados que, cuando se desarrollan juntos, conducen al cese de dukkha. Estos ocho factores son: Visión correcta (o Comprensión correcta), Pensamiento correcto, Hablar correcto, Acción correcta, Medios de vida correctos, Esfuerzo correcto, Atención plena correcta y Concentración (Samadhi) correcta.

#### b) La ética budista en y para la vida

Dentro de la ética budista, llamada Śīla (sánscrito) o Sīla (Pāli), esta se fundamenta en lo que se ha venido en llamar los principios de ahimsa (no ocasionar daño) y el Camino medio (moderación; no reprimir ni tampoco aferrarse a nada). Si seguimos las enseñanzas budistas, encontramos que los principios éticos están determinados por el hecho de si una acción cualquiera podría tener una consecuencia dañina o perjudicial para uno mismo o para otros. Śīla consiste en el habla correcto, la acción correcta y los medios de vida correctos, siendo la donación una virtud principal dentro del budismo.

Si vemos las escrituras budistas, encontramos que explican los cinco preceptos (en sánscrito: pañcaśīla) como el estándar mínimo de la moral budista. Es el sistema moral más importante del budismo, junto con las reglas monásticas. Los

cinco preceptos se aplican tanto a los devotos masculinos como femeninos, y son:

1. No matar a ningún ser.
2. No tomar lo que no me pertenece.
3. No tener una conducta sexual dañina.
4. No decir mentiras.
5. No consumir alcohol o drogas que conducen a la falta de atención.

El Canon Pali recomienda que uno debe equipararse con los demás, sentir que no hay diferencia con los demás, y sobre la base de eso, no hacer daño a ningún ser que tenga capacidad de sentir. La compasión y la creencia en la retribución kármica forman la base de los preceptos, y practicar los cinco preceptos es parte de la práctica laica regular, tanto en el hogar como en el templo, entendiendo que los cinco preceptos no son mandamientos y las transgresiones no invitan a sanciones religiosas, pero su poder se ha basado en la creencia budista en las consecuencias kármicas. Por ejemplo, matar conduce al renacimiento en los reinos del infierno, y durante más tiempo en condiciones más severas si la víctima del asesinato era un monje. Dentro de la doctrina budista, los preceptos están destinados a desarrollar la mente y el carácter para progresar en el camino hacia la iluminación.

En la vida monástica en el budismo encontramos preceptos adicionales como parte del Vinaya ("Disciplina") y el Patimokkha (código de reglas monásticas), y a diferencia de los laicos, las transgresiones de los monjes invitan a sanciones, mientras que los laicos y los novatos en muchas fraternidades budistas también sostienen ocho o diez preceptos de vez en cuando. Cuatro de estos son los mismos que para el devoto laico: no matar, no robar, mentir y no intoxicarse. Los otros cuatro preceptos son:

1. No actividad sexual.
2. Abstenerse de comer en el momento equivocado (después del mediodía).
3. Abstenerse de joyas, perfumes, adornos, entretenimientos.
4. Abstenerse de dormir en una cama alta.

### 3.3 Comunicación desde una perspectiva budista

#### a) La verdad y Buda

Comenta Alan Senauke (2002) que la regla de oro del Buda con respecto al habla correcta le ha servido bien durante muchos años, y es que antes de hablar -o escribir- trata de preguntarse si sus palabras son verdaderas, útiles y oportunas. Tres principios básicos, ninguno de los cuales es suficiente para romper el silencio. Pensamos que la verdad es más o menos objetiva, pero se escapa de los dedos si se la aprieta con demasiada fuerza. Útil es otro asunto completamente diferente. ¿Son mis palabras útiles para la persona a la que se las hablo? ¿Me son útiles? Si la verdad se dice con enojo o con timidez, ¿se entenderá? Y luego, lo que es oportuno. Incluso las palabras verdaderas, dichas con cuidado, con moderación, pueden no ser oportunas.

Dicho de otro modo, es posible que la otra persona no esté dispuesta a dejarlos entrar en ese momento en particular y es entonces cuando caen planos y las tres condiciones deben cumplirse cuando hablamos con otra persona, a lo cual le suma diciendo que considerar lo que es verdadero, útil y oportuno significa reconocer cuáles podrían ser nuestras propias opiniones egocéntricas. Luego tratamos de sentir si nuestras palabras ayudarán a otra persona a liberarse de sus propios puntos de vista egocéntricos, o simplemente ayudarán al yo a cavar una rutina más profunda, y es en este sentido que dice que las palabras son como flechas o balas. Sus heridas pueden curarse, pero quedan cicatrices. Una vez que se ha dicho o escrito una palabra, no hay forma de devolverla.

Senauke (2002) añade que la naturaleza humana incluye lo bueno y lo malo, fortalezas y debilidades, y que cada rayo de luz tiene su nube. En ese sentido, el Dharma o realidad contiene todo esto, y el desafío de la práctica del Dharma es ver a través de estas cualidades el todo viviente más amplio. Esto también se aplica a nuestras comunicaciones pues, en siguiendo sus palabras, estamos soñando si pensamos que podemos ingresar solo en aquellas partes de la vida en Internet que preferimos o valoramos, sin tener que contar con las

desventajas. Tampoco podemos quedarnos al margen, pretendiendo no estar involucrados con Internet.

Hay que recordar que, si nos sentimos heridos o enojados, esperaremos antes de responder y pensaremos en el impacto y la utilidad de nuestras palabras, en los términos del Buda que se establecen en su discurso al respecto. En este sentido, el cuarto precepto dice que hay que escuchar profundamente y hablar con amor consciente del sufrimiento causado por el habla inconsciente y la incapacidad de escuchar a los demás, por lo que uno debe comprometerse a cultivar el habla amorosa y la escucha profunda para llevar alegría y felicidad a los demás y aliviar a los demás de su sufrimiento.

Sabiendo que las palabras pueden crear sufrimiento o felicidad, uno debe comprometerse a aprender a hablar con sinceridad, con palabras que inspiren confianza en uno mismo, alegría y esperanza. Hay que estar decidido a no difundir noticias que no se sepa con certeza y a no criticar o condenar cosas de las que uno no esté seguro. Abstenerse de pronunciar palabras que puedan causar división o discordia, o que puedan hacer que la familia o la comunidad se rompan, y hacer todo lo posible por reconciliar y resolver todos los conflictos, por pequeños que sean. - Thich Nhat Hanh -, para que el futuro sea posible.

En este sentido, Robinson (2019), indica que el Buda, junto con líderes de prácticamente todas las tradiciones religiosas y éticas, fue sabio al insistir en que evitemos mentir, que evitemos comunicar intencionalmente a los demás lo que sabemos que es falso. Es esencial para una sociedad sana, y esencial también para relaciones saludables con nuestros amigos y con aquellos que amamos este tipo de discurso.

En palabras de Nwe (2017), para que un periodista gane respeto, credibilidad y confianza de su audiencia, debe informar de la verdad. Según el budismo, para ganarse la confianza de los demás hay que decir la verdad siguiendo esa guía, y que son:

-la tendencia a hablar de no haber visto cosas que no se han visto;

-la tendencia a hablar de no haber oído cosas que no han sido escuchadas;

-la tendencia a hablar de no haber experimentado cosas que no se han experimentado;

-la tendencia a hablar y de no haberse dado cuenta de cosas que no se han realizado;

-la tendencia a hablar de haber visto cosas que se han visto;

-la tendencia a hablar de haber oído cosas que se han escuchado;

-la tendencia a hablar de haber experimentado cosas que se han experimentado;

-la tendencia a hablar de haberse dado cuenta de cosas que se han realizado.

En este sentido, continúa Nwe (2017) diciendo que decir la verdad requiere conocimiento y comprensión. El Buda proporcionó cuatro criterios del discurso correcto, es decir, el discurso que conducirá al reconocimiento de que se está hablando de la verdad. En Digha Nikaya, Samannaphala Sutta, el Buda dijo que uno puede llegar a la verdad si él o ella cumple con la regla del discurso correcto y que hay cuatro tipos de discurso correcto. Son: abstenerse de mentir, de hablar divisivo, de hablar abusivo y de charlas ociosas.

La implicación es que la verdad requiere un discurso correcto y evitar el discurso inapropiado. A lo cual se añade que una persona se abstiene del discurso falso, que se abstiene estrictamente del discurso falso, sólo habla la verdad, es honesto y es creíble, sin intención de engañar al mundo. Esta puede ser una guía para los medios de comunicación, dado que decir la verdad es crucial en la ética de los medios de comunicación, y cualquier oposición a decir la verdad se considera engaño.

#### b) Análisis budista del discurso correcto

Tal como indica Robinson (2019), Buda vivió y enseñó en una sociedad oral, donde su concepto original de “Discurso Correcto” se habría preocupado por la comunicación oral, pero hoy en día en una sociedad globalizada e interconectada, sus directrices sobre el discurso correcto se deben de tomar para cubrir toda comunicación entre las personas, incluyendo los nuevos medios de

comunicación y formas que han ido surgiendo de modo especial en el último siglo.

En este sentido, siguiendo sus palabras, cuando se le pide que caracterice el discurso correcto, se dice que el Buda respondió que el orador se abstiene de mentir, de hablar divisivo, de hablar abusivo y de charlas ociosas. Esto de entrada nos ofrece ya una idea clara sobre la cómo debe de ser la transmisión de información, y es que como ha escrito el filósofo y neurocientífico Sam Harris, "Las mentiras son el equivalente social de los desechos tóxicos: Todo el mundo está potencialmente dañado por su propagación" (Harris, 2013).

Y es que en la sociedad de la información del mundo actual y, tal como dice Robinson (2019), a medida que las personas toman decisiones con respecto a cómo deben satisfacer sus necesidades y vivir sus vidas, inevitablemente deben confiar en la información de los demás. Pero si no tienen ninguna confianza en que lo que la gente les dice es generalmente cierto, entonces las preguntas hechas, las respuestas dadas y la información intercambiada se vuelven inútiles. El individuo queda a la deriva sin ninguna base para tomar decisiones o planificar su vida. Y es que la sociedad colapsa cuando se pierde la confianza general en la veracidad de los demás, o cuando los miembros de la sociedad se vuelven incapaces de distinguir los mensajes verídicos de los engañosos (Bok, 1999).

A ello añade que por su propio bien, el Buda quería ayudar a las personas a llevarse bien el uno con el otro, y crear comunidades armoniosas, cohesionadas y amorosas. Por lo tanto, les advirtió que evitaran el discurso divisivo. El discurso malicioso o calumnioso que pone a otros grupos, que promueve estereotipos negativos, y que auto justificada y juiciosamente denigra a los demás sólo promueve la división, la hostilidad y la discriminación. Cuando están infestados con este tipo de discursos, grupos, comunidades y sociedades se separan. Y es que el Buda aconsejó a sus oyentes que evitaran el discurso duro y abusivo, y que en su lugar hablaran con una voz amable y gentil. Está bien, argumentó el Buda, si su discurso es firme y si se enfrenta directa y francamente a la injusticia, pero no debe ser inflamatorio, despectivo, desdeñoso o abusivo.

Continúa con una de las principales directrices con respecto al discurso correcto es que evitamos las conversaciones ociosas, discursos que no tienen sentido, carecen de propósito o profundidad. Y es que el Buda sostuvo que debíamos ser conscientes de lo que estamos a punto de decir, y que sólo debemos hablar si estamos seguros de que lo que estamos a punto de decir es verdadero, amable, necesario y mejora sobre el silencio.

Añade que, en la época del Buda, las charlas ociosas tomaban la forma de una persona hablando directamente con otra. Hoy en día nos bombardean las comunicaciones —desde la televisión, la radio, los periódicos, las revistas, el cine e Internet—, la gran mayor parte de las cuales podría considerarse con razón una charla ociosa. Ya sea que estemos contribuyendo a esa charla a través de Facebook, tuiteando o lo que sea, o simplemente perdiendo nuestro tiempo a través de la visualización pasiva, la mayoría de nosotros probablemente estaría mejor si la redujésemos sustancialmente. Como ciudadanos tenemos que mantenernos informados, y mucha comunicación electrónica es necesaria y justificada, pero la inmersión total y continua probablemente no sea una buena idea. El equilibrio es esencial en este caso.

En esta línea, Bamford (2014), comenta cómo el discurso correcto es fundamental para la vida ética. Los otros dos componentes de la moral budista, acción y sustento correctos se definen negativamente, pero el discurso correcto implica alentar a otras personas a seguir adelante entre sí, y reconciliarlas cuando se caen, formulando lo que uno dice para que fomente la armonía y el disfrute de la armonía. El discurso correcto es apropiado para el momento y suave; reflejando una mente impregnada de buena voluntad, promueve el verdadero bienestar. Y en este sentido, el Buda ejemplifica esta habilidad. Se le presenta cómo adaptar su mensaje a su interlocutor, y nunca estar en desacuerdo con lo que se le dice, sino darle la vuelta. No confrontativamente, induce a los actores sociales significativos a cambiar su pensamiento y comportamiento para mejorar el bienestar material y espiritual general. Se anima a todos a seguir ese ejemplo.

A todo lo anterior hay que añadir lo que dice Rey (2017) cuando pregunta ¿Qué es el discurso correcto y cómo debe aplicarse en los múltiples desafíos de la vida

social y política? En este sentido dice que examinar los pasajes del canon Pāli muestra que, aunque el discurso correcto es normativamente veraz y gentil, el Buda apoyó el discurso "agudo" cuando era beneficioso y oportuno, y permitió y modeló críticas directas y agudas a la persona cuyas palabras o acciones eran dañinas, y es que se necesita un buen juicio moral para determinar cuándo se debe usar el habla aguda, a lo cual se suma que en el caso de responder a los partidarios de Donald Trump, se encuentran beneficios en evitar un discurso agudo en un esfuerzo por construir entendimiento mutuo y sanar las profundas divisiones en la sociedad estadounidense contemporánea. Sin embargo, se hace una excepción para el discurso de odio que se considera que necesita ser confrontado inmediatamente.

A ello añade Rey (2017) que el discurso correcto es uno de los ocho componentes del Noble Camino Ocho que enseña el Buda y, por lo tanto, es una enseñanza central y destacada con respecto al comportamiento. En este sentido añade que, si uno preguntara a un budista, monástico o laico razonablemente bien informado, cuáles son las enseñanzas del Buda sobre el discurso correcto, probablemente diría que se resumen en que uno diga la verdad. Aquellos mejor informados bien podrían agregar que, además, se requiere que uno hable de modo suave y amable. Esta es, de hecho, la opinión recibida sobre el discurso correcto en el budismo, que debe ser veraz, gentil y amable. Las enseñanzas de esta naturaleza se encuentran con frecuencia en el canon Pāli y, por lo tanto, se entienden con razón como la enseñanza básica del Buda sobre el tema. Estos son dos textos representativos sobre el discurso "bien hablado":

1. El Bienaventurado dijo esto: "Monjes, cuando el habla posee cuatro factores, está bien hablado, no mal hablado, y es intachable e irreprochable entre los sabios. ¿Qué cuatro? Aquí, un monje habla sólo lo que está bien hablado, no lo que está mal hablado. Sólo habla Dhamma, no no Dhamma. Sólo habla lo que es agradable, no lo que es desagradable. Sólo habla lo que es verdad, no miente. Cuando el habla posee estos cuatro factores, está bien hablada, no mal hablada, y es intachable e irreprochable entre los sabios". (Bodhi *Harmony* 75;

*Suttanipāta* III,3; véase también *Saḥyutta Nikāya* 8:5; Bodhi *Conectado* 284-85)

2. Monjes, cuando el habla posee cinco factores, está bien hablado, no mal hablado, y es intachable e irreprochable entre los sabios. ¿Qué cinco? Se habla en el momento adecuado; lo que se dice es cierto; se habla suavemente; lo que se dice es beneficioso; se habla con una mente de bondad amorosa. Cuando el habla posee estos cinco factores, está bien hablado, no mal hablado, y es intachable e irreprochable entre los sabios. (Bodhi *Harmony* 75; *Aḥguttara Nikāya* 5:198; Bodhi *Numérico* 816)

Podemos ver cómo en los dos textos la verdad está referida a la necesidad de aquello que se dice y está correctamente hablado, encontrando cómo en el primer pasaje nos dice que el discurso correcto siempre es agradable y en el segundo pasaje vemos cómo lo que está correctamente dicho se dice con suavidad suavemente.

Sin embargo, el Buda entiende también que hay momentos en los que se debe de dejar el discurso suave y agradable que sería el normativo, y anima a los monjes tal y como vamos a comprobar en el siguiente pasaje a que en ocasiones de manera directa se pueda hablar de una manera crítica tal como se desprende del siguiente texto:

Monjes, que poseen cinco cualidades, un monje residente es depositado en el cielo como si fuera traído allí. ¿Qué cinco? (1) Después de haber investigado y examinado, habla con desaprobación de alguien que merece reprobación. (2) Después de haber investigado y examinado, él habla alabanza de alguien que merece elogios. (3) Después de haber investigado y examinado, sospecha sobre un asunto que merece sospechas. (4) Después de haber investigado y examinado, cree que un asunto que merece la creencia. (5) No despilfarra lo que se ha dado por fe [es decir, alimentos dados como limosnas]. Poseyendo estas cinco cualidades, un monje residente es

depositado en el cielo como si fuera traído allí. (Bodhi *Harmony* 80; *Aḥguttara Nikāya* 5:236; Bodhi *Numérico* 832-33)

Aquí podemos ver como el Buda dice a los monjes que pueden hablar desaprobando a alguien o algo que merece desaprobación, lo cual ya no es alguien no un discurso suave y agradable, ya sea por el que está en el extremo receptor de la desaprobación, o por aquellos que lo escuchan. Por lo tanto, tal como indica Rey (2017), podemos decir sobre la base de las normas budistas que tienen el deber moral de hacerlo, dado que, si han investigado y examinado cuidadosamente y han descubierto, por ejemplo, que alguien está hablando falsa o dañinamente y que podría dañar a la Sangha, a la comunidad laical o a un individuo, tienen la responsabilidad implícita de hacer lo que puedan para prevenir dicho daño, alertando o advirtiendo a la comunidad o al individuo. Esto les obligará a declarar claramente cuando una persona está hablando falsamente /dañinamente.

Una vez más, la comunidad laical confía en los monjes y los mira como maestros y guías morales. Esto les obliga a mostrar claramente a la comunidad lo que está bien y lo que está mal, lo que es verdadero y falso, y esto no se puede hacer si se evita nombrar el discurso falso y dañino en las situaciones concretas, incluidas las personas, en las que se encuentra.

A esto, Rey añade que, en las enseñanzas del Buda, el principio ético que trasciende a todos los demás es simple, directo e intuitivo: evitar causar sufrimiento, prevenir el sufrimiento, aliviar el sufrimiento. Si un principio como el que decir siempre la verdad entra en conflicto con el principio de prevenir el daño, prevalece este último. Del mismo modo, si el principio del discurso suave entra en conflicto con la prevención de daños, este último prevalece y el Buda añade que la desaprobación debe ser precisa, veraz y oportuna. No es de extrañar el hecho de que debe ser preciso y veraz, pero es especialmente notable que debe ser oportuno, porque, "lo que sobresale ... es el conocimiento del momento adecuado para hablar en cualquier caso en particular."

Termina Rey comentando que el Buda nos señala en la dirección del juicio moral, indicando que, después de la investigación y el escrutinio, saber que un individuo

está hablando falsa o dañinamente y por lo tanto merece la desaprobación puede no ser suficiente para justificar ser desaprobado al hablar de él o ella. Uno debe aplicar el juicio para discernir cuándo es el "momento adecuado para hablar". Algunas veces pueden ser correctas y otras pueden estar equivocadas para decir lo mismo. Por ejemplo, el "tiempo adecuado para hablar" generalmente será antes de que se haga más daño, en lugar de después de que se haga un daño previsible. Añade que la regla general a juzgar cuando se justifica en pronunciar discursos nítidos y nítidos es que debería haber beneficios en pronunciar un discurso tan agudo.

El propio Buda no dudó en denunciar en un lenguaje fuerte a quienes participan en un discurso dañino, como se registra en el canon Pāli:

Bhikkhus, no veo ni una sola persona que esté actuando tanto por el daño de muchas personas, la infelicidad de muchas personas, por la ruina, el daño y el sufrimiento de muchas personas, de devas y seres humanos, como el hombre hueco Makkhali. 5(Aḥguttara *Nikāya* 1:33; Bodhi *Numérico* 119)

En esta línea nos habla Thich Nhat Hanh (1993:87) del discurso correcto y sobre la escucha:

Consciente del sufrimiento causado por el discurso sin mentes y de la incapacidad de escuchar a los demás, prometo cultivar el discurso amoroso y la escucha profunda para llevar alegría y felicidad a los demás y aliviar a los demás de su sufrimiento. Sabiendo que las palabras pueden crear felicidad o sufrimiento, prometo aprender a hablar con veracidad, con palabras que inspiran confianza en sí mismos, alegría y esperanza. Estoy decidido a no difundir noticias que no sé si son ciertas y no criticar o condenar cosas de las que no estoy seguro. Me abstendré de pronunciar palabras que puedan causar división o discordia, o que puedan hacer que la familia o la comunidad se rompan. Haré todos los esfuerzos para reconciliar y resolver todos los conflictos, por pequeños que sean.

Lay Nwe (2017) añade que una persona debe abstenerse de palabras divisivas, abstenerse estrictamente de palabras divisivas y calumnias que puedan provocar odio, enemistad, desunión y desarmonía entre individuos o grupos de personas, buscando una persona que favorece la armonía, que se deleita en la armonía, que se conforma con la concordia, sólo habla palabras que causan concordia. Por lo tanto, en un programa sobre un polémico tema público, los medios de comunicación están obligados a dar una representación justa a los lados opuestos de los asuntos. Los medios de comunicación no deben difundir rumores que puedan incitar a las luchas étnicas y religiosas en una región. Incluso en la denuncia de hechos no se debe utilizar el lenguaje para incitar al malestar y la discordia.

A ello le suma Nwe (2017) que también encontramos el caso de usar palabras indecentes y vulgares; esto también distorsiona la verdad. Por lo tanto, uno debe abstenerse de decir palabras burdas y palabras abusivas, y hablar educadamente usando palabras que son intachables, dulces al oído, palabras que son positivas e inspiran amor y respeto mutuo, donde los medios de comunicación deben abstenerse del uso del lenguaje obsceno y ofensivo para ello lleva al público a desviarse de la verdad.

Una persona también debe abstenerse del discurso frívolo y de las charlas ociosas, abstenerse estrictamente de los chismes ociosos; y hablar sólo en el momento y lugar adecuado; sólo habla palabras que traen beneficio a los demás; sólo habla palabras que tienen una base, un fundamento de referencia, y que son apropiadas para la situación, siendo todo esto enseñanzas budistas antiguas con respecto al habla correcta y el habla equivocada. Afirma implícitamente que decir lo correcto de la manera correcta conducirá a uno a la verdad, mientras que el tipo equivocado de discurso (o escritura) ocultará la verdad y creará desarmonía.

#### c) Comunicación desde una perspectiva budista

Rueyling Chuang y Guo-Ming Chen (2003), nos indican que existen tres suposiciones ontológicas de enseñanzas budistas la cuales se encuentran relacionadas con el tema de la comunicación humana. Para comenzar, se

caracteriza por la no dualidad de la realidad que muestra una naturaleza holística de la comunicación humana dentro de la cual los opuestos trascienden en el tiempo y el espacio. A continuación, encontramos *el yuan* (originaciones dependientes) el cual dicta que todos los elementos del proceso de comunicación se encuentran interrelacionados. Y, por último, nos encontramos con el concepto de *samsara* (Rueda de la Vida) el cual nos dice que la comunicación humana es un ciclo sin fin, es decir, sin principio o final real.

En la enseñanza budista podemos encontrar abundante información sobre cómo deben realizarse las diferentes comunicaciones entre las personas, indicando reglas a seguir y normas que guíen el comportamiento de la persona en el acto comunicativo. En este sentido encontramos que Kinsky, Kapoor, Blue y Kapoor (2000), indican la forma en que el budismo defiende de manera firme "conceptos éticos de tolerancia, no violencia, respeto por el individuo, amor a los animales y a la naturaleza y creencia en la igualdad espiritual fundamental de todos los seres humanos" (p. 244), encontrando además que las fuentes éticas del budismo están basadas fundamentalmente en el principio de Ocho Caminos que describen lo que está bien o lo que está mal al tratar con otra persona, entre los cuales encontramos el tercer, cuarto y quinto caminos, que incluye el discurso correcto, la acción correcta y el sustento correcto, los cuales se encuentra de manera especial relacionados con la ética de la comunicación.

En la línea con lo anterior, Kirkwood (1997) ofrece cinco directrices éticas para la comunicación desde una mirada budista:

1. Uno debe contener el impulso del habla interna o exagerada y dominar la práctica del silencio.
2. Uno debe evitar el lenguaje que fomenta el ego identificativo en uno mismo u otros, y seleccionar un lenguaje que promueva el conocimiento preciso del ego empírico.
3. Uno debe restringirse del habla que despierta fuertes deseos o aversiones en uno mismo o en los demás y practicar el habla que promueve actitudes de falta de deseo.

4. Uno debe restringir el habla que no es consistente con los pensamientos o acciones de uno y practicar la veracidad.

5. Uno debe restringirse del discurso que denigra a los demás o a uno mismo y practicar el discurso que honra a los demás y a uno mismo. (pp. 223-225)

En este sentido, encontramos cómo la ética budista del habla es muy firme con el prominente principio universal de comunicación ética que está formada por cuatro elementos: mutualidad, mente abierta, honestidad y respeto (Chen & Starosta, 1998).

Si continuamos con las palabras de Rueyling Chuang y Guo-Ming Chen (2003), veremos que nos indican cómo a nivel conductual, el budismo pone el énfasis en la armonía, la dependencia mutua, el desinterés, la compasión y la ética los cuales tienen como finalidad alcanzar la iluminación, y lo cual hace presente de manera directa su impacto en la forma de comportarse en la comunicación de los asiáticos orientales. Esto nos lleva a decir que su influencia conduce a cinco características primordiales en la comunicación de Asia Oriental y que son la intuición, el énfasis en el silencio, la empatía, el control emocional y, por último y no menos importante, la evitación de ser agresivo, lo cual nos da una mirada bastante clara de esa comunicación desde el ámbito budista.

A ello añade que el estilo intuitivo de comunicación influenciado por el budismo rechaza el patrón de pensamiento lineal o abstracto occidental, así como la preocupación confuciana por el conocimiento convencional. En cambio, tal como indica Watts (1957), sí que se identifica en bastante con el taoísmo chino subrayando la liberación interior a través de una comprensión directa de la vida o una espontaneidad original para atrapar cada momento instantáneo de la vida, y lo que en palabras de Suzuki (1959) es el estilo de comunicación intuitivo y que vendría a ser un "sentir" en vez de "analizar" o de "pensar" en la situación en el proceso de interacción, encontrando así que la abstracción y la conceptualización de este modo se niegan.

Encontramos aquí cómo la compasión, por una parte, y la sabiduría por otra son las dos cualidades que definen al camino budista y que acentúan a su vez la

relevancia de la comunicación empática. En este punto encontramos que Suzuki (1980), hablando desde una mirada budista zen, señala cómo los seres humanos deben tener el tercer ojo que va más allá del primer ojo "yo soy yo", y el segundo ojo "tú y tú", para poder alcanzar de este modo el nivel trascendental de "Yo soy tú y tú eres yo".

En este sentido vemos que hace referencia a la capacidad que se tiene de aceptar las cosas y es la forma en que se hace efectivo el yo y que se basa en la sabiduría que reconoce que todas las cosas cambian y todo está interconectado, y basado en la compasión que emite una aceptación natural de la existencia de los demás. Esta gran empatía formula el ideal del sentimiento de los compañeros expandiendo la autoconciencia a la conciencia de los semejantes.

Ella, tal y como indican Chen y Starosta (2002), con la sensibilidad y la creatividad como sus dos elementos principales, a su vez lleva a la gente a mostrar una profunda preocupación por los sentimientos y reacciones de los demás y a demostrar reciprocidad de las pantallas afectivas para establecer una relación de interacción.

Por último, tal como indica Thompson (2000, p. 48) un significado central incrustado en las enseñanzas budistas, especialmente en el Noble Óctuple Sendero, es el concepto de *Madhyamaka*, el "camino intermedio", que se refiere a "una forma de vida que estaba a mitad de camino entre esos dos extremos". La práctica del "camino intermedio" en la vida cotidiana se manifiesta en dos características de la comunicación de Asia oriental: el control emocional y la evitación de comportamientos agresivos.

A través de la autodisciplina y el control emocional de autocontrol se considera la responsabilidad de las personas cultivadas mostrar emociones crudas lo cual amenaza el principio del "camino medio". A ello se añade que el énfasis en la autodisciplina y el autocontrol conducen a evitar el hecho de mostrar comportamientos agresivos en el proceso de interacción. Mostrar comportamientos agresivos viola inmediatamente el principio de compasión y armonía.

Buscando otra mirada diferente, en este caso la de Ge (1991), vemos cómo el énfasis budista zen en la observación intuitiva, la meditación, la atención plena, la iluminación repentina (*satori*), y el uso de koans para lograr una percepción directa de la naturaleza de la realidad debe de llevar a los intelectuales chinos al desarrollo de un tipo especial de retórica el cual subraya la naturalidad, la brevedad y la sutileza, por lo cual, la naturalidad, la sutileza y la brevedad se convierten en una manera de alcanzar el objetivo retórico reduciendo el número de expresiones verbales o palabras.

En este sentido comenta Chang, (1963, p. 177) que la naturalidad se refiere a la expresión que no está sujeta a la artificialidad o a las reglas externas de interacción, y es estar libre de artificialidad no sólo refleja la "realidad objetiva pura", sino que también refleja espontáneamente el sentimiento interno sin "distorsión y limitaciones de la conciencia del ego". La naturalidad budista zen se corresponde con la visión taoísta de *wu wei*, la cual, en palabras de Watts (1957), significa dejar que la mente funcione por sí misma sin acción premeditada, sin un hacer o un esforzarse intencional.

Volviendo con Ge (1986) debemos notar que este autor comenta cómo la brevedad se origina principalmente a partir del principio de la comunicación budista zen, es decir, "menos es mejor", donde minimizar la aparición de mensajes verbales y palabras crea un mayor espacio para la imaginación y la creatividad desde la perspectiva del receptor de mensajes. Dicho de otra manera, las explicaciones detalladas bloquean el canal para que la imaginación se asocie libremente con todos los pensamientos creativos posibles. Un ejemplo de brevedad es que no es raro que los budistas usen el silencio, el humor, el contacto visual, la risa, el anhelo, la tos para responder a una pregunta.

En esta línea Chuang (2003), indica cómo la sutileza se asocia con la brevedad de la expresión donde la ambivalencia de renunciar a la función de la expresión verbal para llegar a la comprensión, por un lado, e inevitablemente confiar en ella para los propósitos de comunicación por otro lado, obliga a los budistas zen a adoptar el camino de la brevedad y la sutileza para la expresión verbal, donde, además, podemos decir que la sutileza se basa especialmente en el uso de la paradoja.

A ello, añaden Roy y Narula (2017) que el mismo Buda fue un comunicador influyente, el cual solía dirigirse a la masa general en un lenguaje muy fácil y comprensible, y que planeaba sus mensajes de una manera que involucraba a individuos convencionales. En este sentido, dice Dissanayake (2009) en términos de modelos de comunicación, que Buda puso al receptor en el centro de su modelo de comunicación, a diferencia de la mayoría de los modelos occidentales, que, hasta hace poco, se centraba en el remitente.

Así pues, el Buda siempre conceptualizó la comunicación en términos de un contexto específico, donde el acto de comunicación constituyó un acontecimiento, y el contexto era una parte integral y principal del significado. Además, dio gran importancia a las estrategias retóricas que se desarrollaban por el comunicador. En esta línea podemos ver como las distintas formas en que expuso en alegorías de servicio, parábolas, tropos e historias dan testimonio de este hecho, encontrando que la comunicación es algo fundamental dentro del pensamiento budista (pág. 84).

Roy y Narula (2017) indican además que otra característica distintiva que marcó la importancia del Buda como comunicador fue su uso eficaz de diversas estrategias retóricas, y es que, como comunicador especialmente atractivo, el Buda envió regularmente varias narrativas para transmitir su mensaje.

Encontramos aquí que las enseñanzas budistas ofrecen reglas abundantes sobre cómo los individuos deben transmitir, o qué normas y principios deben guiar el comportamiento de los grupos de personas, y donde el fundamento de las perspectivas budistas de la comunicación se encuentra en la perspectiva budista del dialecto o el lenguaje, considerando que el lenguaje avanza continuamente en relación con los entornos y condiciones sociales. A ello añaden que, según el budismo, el lenguaje y la comunicación en última instancia deben allanar el camino a la liberación.

Por lo tanto, la autorreflexividad para los budistas se incorpora con el mismo procedimiento de comunicación verbal, y al transmitir, no es sólo juntar un grupo de palabras, sino que además de pensar en ellas y evaluarlas, transmitirlas y

utilizar el lenguaje para interactuar con los demás, es abrazar una buena posición y, por lo tanto, transmitir a través del lenguaje es además poder pensar en cómo uno se constituye como ser humano.

#### **4. Conclusiones: Hacia unos medios de comunicación inspirados en la ética y en la Recta Palabra budista.**

Pearson (2015) nos comenta cómo las Cuatro Nobles Verdades de Buda y su asociado Noble Óctuple Sendero (magga) pueden ser herramientas fructíferas para informar la teoría y el análisis de la comunicación, y la ley y la ética de los medios. En este sentido, las enseñanzas de Buda sobre el derecho de expresión (samma vaca) ofrecen una comprensión clave para ayudar a la deconstrucción de los textos de los medios de comunicación, y en cuanto al derecho y la ética de los medios de comunicación, amplía la aplicación de los principios del derecho a la palabra para comparar las defensas contra la calumnia (difamación) tal y como se han desarrollado en cuatro jurisdicciones occidentales.

En este sentido, el paradigma occidental que ha dominado los enfoques de los estudios sobre la comunicación y los medios de comunicación en las últimas décadas, como sugiere Gunaratne (2015), puede beneficiarse de una perspectiva más globalizada, en particular una que permita tradiciones como el budismo que han teorizado la comunicación durante más de dos milenios. Gunaratne (2015) apuesta por una "empresa humanocéntrica que abarque las filosofías seminales de toda la humanidad".

Continuando con Pearson (2015) en su artículo "Análisis esclarecedor de la comunicación en Asia y el Pacífico: estudios de medios, ética y derecho desde una perspectiva budista" nos ejemplifica cómo un enfoque no occidental podría funcionar en la práctica demostrando cómo los principios budistas básicos podrían:

- Ayudar a analizar el discurso de los medios de comunicación utilizando las enseñanzas de Buda sobre el habla correcta (samma vaca) para ayudar a alcanzar entendimientos para interpretar los textos de los medios de comunicación;
- ampliar la aplicación de los principios del derecho de expresión (samma vaca) para criticar las defensas de la Primera Enmienda contra la calumnia (difamación), nacidas de una tradición libertaria;

- ofrecer una teoría del análisis de los medios de comunicación que muestra rasgos de conmensurabilidad más que de universalidad en su aplicación.

El enfoque del "periodismo consciente" que nos proponen Gunaratne, Pearson y Senarath (2015) adopta los principios éticos de una tradición particular -el budismo- como marco para una nueva brújula moral tanto para analizar la práctica de los medios de comunicación como para guiar las decisiones profesionales de los periodistas que puedan carecer de ella. Es este último enfoque el que queremos utilizar en este trabajo como invitación para ofrecer una lectura alternativa del análisis y la ética de los medios de comunicación.

Llegados este punto, vemos cómo el esquema del Discurso Correcto proporciona una dimensión ética a un análisis del discurso de los medios de comunicación, donde el enfoque del periodismo consciente enmarca las prácticas éticas de los medios de comunicación, en particular el paso del Óctuple Sendero conocido como Palabra Recta, ofrece tanto un marco teórico/ético para analizar el discurso de los medios de comunicación como algunas técnicas reales que los comunicadores profesionales podrían adoptar para evitar algunas de las muchas trampas en el discurso de los medios de comunicación.

A partir de estos dos ejemplos, es evidente que un esquema de la Palabra Recta aplicado en un contexto de discurso mediático puede ofrecer a los investigadores de la ética de los medios un esquema útil con el que sopesar la moralidad de la información en el periodismo y la comunicación profesional de la Web 2.0.

Y es que tal como indican Chuang y Chen (2003), el budismo en las sociedades de Asia Oriental no es sólo una religión, sino también una forma de vida, y su omnipresencia se refleja en el patrón de pensamiento y el estilo de comunicación de los asiáticos orientales, y ayuda a formar la base del contexto cultural de Asia Oriental, lo cual nos aporta una mirada más amplia de la comunicación en este hemisferio del mundo y su importancia para el resto del mundo.

Roy y Narula (2017), nos ofrecen una comparativa entre el modelo aristotélico (occidental) y el modelo budista (asiático oriental), teniendo este primero un énfasis mayor en el envío, con el concepto clave puesto en la capacidad de influir, con un proceso más enfocado al exterior, buscando el control, y dando lugar a una relación asimétrica entre el remitente y el receptor, subrayando en todo este proceso comunicativo el intelecto.

Sin embargo, en el modelo budista nos sitúan más en el énfasis en el receptor, teniendo el concepto clave puesto en la comprensión y como base principal la elección, con un proceso tanto hacia afuera como hacia adentro, donde se ofrece una relación simétrica entre el remitente y el receptor, subrayando finalmente la empatía en todo el proceso de comunicación.

A esto añaden que el modelo lineal aristotélico es un modelo centrado en el altavoz donde el emisor tiene la parte más vital en él y es el único que crea un dinamismo de comunicación. Es parte del orador transmitir un discurso a la reunión de personas, y el papel de la audiencia es pasivo, influenciado por el discurso. Esto hace que el proceso de comunicación sea unidireccional, de emisor a receptor y, por lo tanto, asimétrico en su relación, mientras que en el modelo poli direccional budista de comunicación se da el énfasis principal en el receptor y el remitente y el receptor disfrutan de una relación simétrica con plena simpatía y comprensión. El modelo abarca tanto el aspecto de la comunicación intrapersonal como la interpersonal.

Para ir finalizando este TFM en el que hemos intentado hacer una pequeña fotografía a la ética y a los medios de comunicación en occidente echando una mirada a los códigos deontológicos, a la corrección política y al autocontrol, y situando la veracidad como un principio que debe de llevar a una comunicación recta.

En este breve viaje hemos fotografiado la sociedad de la información occidental en la que la comunicación se produce de forma instantánea y la democracia es medial, parándonos en los componentes fundamentales de la ética periodística, en la tecnología de la comunicación, retórica y verdad y volviéndonos a preguntar tal como ya hiciera Marshall McLuhan si el medio es el mensaje dentro de un

determinismo tecnológico que lo invade todo en nuestra sociedad actual, para lo cual es necesario que existan unos principios éticos en el periodismo ante los actuales desafíos digitales de la información.

Otra instantánea que hemos presentado es la del profesional de la información y la nueva realidad social y laboral, donde hemos encontrado un periodismo al servicio del mercado y nos hemos posicionado por un periodismo comprometido con la información veraz, donde la calidad debe ser el distintivo del periodista profesional, donde una ética para la comunicación debe responder ante el monopolio de la opinión pública, y donde la deontología profesional y el periodismo on-line deben comprometerse con la verdad y los nuevos desafíos del periodismo digital, siendo la autorregulación de la actividad informativa un aspecto clave de la identidad de una sociedad democrática así como una ética de calidad en un entorno digital.

Una segunda fotografía de este TFM ha sido dedicada al budismo y la Recta Palabra, donde hemos tratado de hacer una aproximación al budismo, preguntándonos dónde, cuándo y por qué mediante su historia y desarrollo así como sus prácticas budistas, situándonos en el budismo en el mundo actual, lo cual ha sido todo un reto y no deja de ser una instantánea superficial de la realidad y profundidad del budismo, pero que de igual modo no podía faltar para dar contexto a los procesos comunicativos en Asia oriental.

En esta instantánea hemos abordado la ética y la verdad a partir de las creencias en el budismo, aproximándonos a una ética budista en y para la vida, para entrar finalmente de lleno en la comunicación desde una perspectiva budista para tratar la verdad y Buda y el análisis budista del Discurso correcto.

Tal como hemos visto, son muchos los aportes que el budismo puede hacer al modelo comunicativo en occidente, pero resaltaremos para finalizar este trabajo los que entendemos que son más importantes o necesarios hoy en día de entre todos los que hemos ido viendo.

Así pues, subrayamos la regla de oro del Buda con respecto al habla correcta antes de hablar -o escribir- según la cual hay que preguntarse si las palabras

que se van a pronunciar son verdaderas, útiles y oportunas. Las implicaciones de esta idea son enormes para el modelo comunicativo occidental y que pasa por repensar y verificar las noticias y la información que se ofrece buscando enriquecer al receptor, al cual se sitúa en el centro de la intención comunicativa, haciéndola útil y aportando un valor añadido a la misma, o tal como decía Thich Nhat Hanh, abstenerse de pronunciar palabras que puedan causar división o discordia, o que puedan hacer que la familia o la comunidad se rompan, y hacer todo lo posible por reconciliar y resolver todos los conflictos, por pequeños que sean para que el futuro sea posible.

El Buda además proporcionó cuatro criterios del discurso correcto, es decir, el discurso que conducirá al reconocimiento de que se está hablando de la verdad. En Digha Nikaya, Samannaphala Sutta, el Buda dijo que uno puede llegar a la verdad si él o ella cumple con la regla del discurso correcto y que hay cuatro tipos de discurso correcto. Son: abstenerse de mentir, de hablar divisivo, de hablar abusivo y de charlas ociosas, y nos ponen en camino hacia la veracidad y la Palabra Recta que tanto parece escurrirse entre las manos en la sociedad de la información occidental.

Otro aspecto que quiero subrayar en este punto es la advertencia del Buda para evitar el discurso divisivo, y es que el discurso malicioso o calumnioso que pone a otros grupos, que promueve estereotipos negativos, y que autojustificada y juiciosamente denigra a los demás sólo promueve la división, la hostilidad y la discriminación. Cuando están infestados con este tipo de discursos, grupos, comunidades y sociedades se separan. Y es que el Buda aconsejó a sus oyentes que evitaran el discurso duro y abusivo, y que en su lugar hablaran con una voz amable y gentil. Está bien, argumentó el Buda, si su discurso es firme y si se enfrenta directa y francamente a la injusticia, pero no debe ser inflamatorio, despectivo, desdeñoso o abusivo. Al leer estas palabras, si pensamos en el formato de las noticias hoy en día, seguro que sacamos una sonrisa y pensamos “ojalá pudiera ser así”, y la pregunta es ¿por qué no?

Otro elemento para subrayar que hemos visto anteriormente y que tiene un gran aporte a la comunicación en occidente es la ética budista del habla que es muy firme con el prominente principio universal de comunicación ética que está

formada por cuatro elementos: mutualidad, mente abierta, honestidad y respeto (Chen & Starosta, 1998). Estos cuatro elementos aportan una mirada fresca y sincera a la necesidad que tenemos en occidente de una comunicación que ponga a las personas en el centro del acto comunicativo y no como una mercancía más de compra y venta, donde el receptor sea visto como un ser digno de recibir la verdad y de elaborar su propio pensamiento crítico como un elemento de libertad y liberador de la propia persona.

## 5. Referencias Bibliográficas

- Ayala, T. (2012) Marshall McLuhan, las redes sociales y la aldea global. Revista Educación y Tecnología 2 (2), 8-20.
- Aznar, H. (2005) Ética de la comunicación y nuevos retos sociales. Códigos y recomendaciones para los medios. Barcelona. Paidós.
- Bamford, Geoffrey (2014) Discurso correcto como base para la formación en gestión. Revista de Desarrollo de Gestión Vol 33 No 8/9.
- Barbosa, Rodrigo Miranda (2012) Las críticas a Marshall McLuhan. Infoamérica - Revista Iberoamericana de Comunicación, v. 7-8, p. 145-158.
- Bauman, Zygmunt (2007) Miedo líquido. La sociedad contemporánea y sus temores. Paidós, Barcelona.
- Bok, Sissela (1999) Mentir: Elección moral en la vida pública y privada. 2º ed. Nueva York: Vintage.
- Cabrera, M.A. (2005) Retos éticos del ciberperiodismo, en: Salaverría, R., org. Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España. Sevilla: Comunicación Social, Ediciones y Publicaciones.
- Chang, C.-Y. (1963). Creatividad y taoísmo: Un estudio de la filosofía, el arte y la poesía chinos. Nueva York: Harper & Row.
- Chen, G.M., & Starosta, W. J. (1998). Fundamentos de la comunicación intercultural. Needham Heights, MA: Allyn & Bacon.
- Chuang, Rueyling y Chen, Guo-Ming (2003) Perspectivas budistas y comunicación humana. Estudios de Comunicación Intercultural XII-4 Enfoques asiáticos de la comunicación humana.
- Código Deontológico Europeo de la Profesión Periodística cuya Resolución fue aprobada por unanimidad en Estrasburgo el 1 de Julio de 1993 <https://periodistasandalucia.es/wpcontent/uploads/2017/01/CodigoEuropeo.pdf>  
[Fecha de acceso: 25 de febrero de 2021].

Desantes Guanter, José María (1973) El autocontrol de la actividad informativa. Madrid. Editores Edicuzca.

Dissanayake, W. (2009) Comunicación budista. En: Stephen W, Little J, Foss KA editores. Enciclopedia de la Teoría de la Comunicación. Nueva York: Thousand Oaks, Sage.

Escobar Roca, G. (2002) Estatuto de los periodistas. Régimen normativo y organización de las empresas de comunicación. Madrid. Tenos.

Escobar Roca, Guillermo (2017) El derecho, entre el poder y la justicia. Colombia. Editorial Tirant.

Francisco Torregosa, J. (2007) Introducción a la documentación informativa. Madrid: Universitas

Fuentes y Pujol, M<sup>a</sup> E. (1997) Documentación y periodismo. Pamplona: Eunsa.

Ge, Z. G. (1986). Budismo zen y cultura china. Shanghái: Gente.

Gunaratne, S.A. (2015). Globalizando la comunicación/periodismo, acabando con la fragmentación dentro de la filosofía, y analizando la historia como periodos de vida en el Samsara. Gaceta Internacional de Comunicación 77 (7).

Gunaratne, S., Pearson, M. y Senarath, S. (2015). Periodismo consciente y ética informativa en la era digital: Un enfoque budista. Nueva York y Londres: Routledge.

Harris, Sam (2013) Mentir. Four Elephants Press.

Keller, B. (2014) Objetividad y subjetividad en el periodismo. Disponible en: <https://elestadomental.com/revistas/num2/glenn-greenwald-bill-keller> [Fecha de acceso: 14 de marzo de 2021].

Kirkwood, W. G. (1997). Pensamiento indio y las consecuencias intrapersonales de hablar: Implicaciones de la ética en la comunicación. En J. E. Aitken & L. J. Shedletsky (Eds.), Procesos de comunicación intrapersonal (págs. 200-226). Annandale, VA: Asociación de Comunicación del Habla.

Konsky, C., Kapoor, U., Blue, J., & Kapoor, S. (2001). Religión y comunicación: Un estudio del hinduismo, el budismo y el cristianismo. *Estudios de Comunicación Intercultural*, 10,235-252.

Kovach, B., y Rosenstiel, T. (2003) *Los elementos del periodismo*. Madrid. Ediciones El País.

Lay Nwe (2017) El concepto de verdad en la ética de los medios. Disponible en:<https://meral.edu.mm/record/928/files/The%20Concept%20of%20Truth%20in%20Media%20Ethics.pdf> [Fecha de acceso: 10 de abril de 2021].

Lozano, Jorge (2001) ¿Quién teme a Marshall McLuhan? En *Claves de razón práctica*, nº 109, enero-febrero 2001, pp. 51-55.

Marradi A., Archenti N. y Piovani J.I. (2007) *Metodología de las Ciencias Sociales*. Buenos Aires: Emecé.

Mason, Richard (1986) Four Ethical Issues of the Information Age. Disponible en: [https://www.researchgate.net/publication/242705009\\_Four\\_Ethical\\_Issues\\_of\\_the\\_Information\\_Age](https://www.researchgate.net/publication/242705009_Four_Ethical_Issues_of_the_Information_Age) [Fecha de acceso: 12 de marzo de 2021].

McLuhan, M. y Powers, B. (1995) *La aldea global*. Barcelona, España: Gedisa.

Micó, J.P., Canavilhas, P., Ruiz, C. (2008) La ética en el ejercicio del periodismo: credibilidad y autorregulación en la era del periodismo en internet. *Estudos em Comunicação* nº4, 15-39 noviembre de 2008. Disponible en: <http://www.ec.ubi.pt/ec/04/pdf/02-Jose-Lluis-Mico-La-etica-en-el-ejercicio-del-periodismo.pdf> [Fecha de acceso: 3 de marzo de 2021].

Otero, Edison (1998) *Teorías de la comunicación*. Santiago: Editorial Universitaria.

Otlet, Paul (2007) *El tratado de documentación, el libro sobre el libro: teoría y práctica* (María Dolores Ayuso García., trad.). Murcia: Universidad de Murcia, Servicio de Publicaciones.

Pearson, Mark (2015) Enlightening communication analysis in Asia-Pacific Media. Disponible en: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1748048515586945> [Fecha de acceso: 16 de abril de 2021].

Ragin, C.C. (1987) The Comparative Method: Moving beyond Qualitative and Quantative Strategies. Berkeley: Univ. of California Press.

Rey, Sallie B. (2017) El discurso correcto no siempre es suave: el de Buda. Autorización de críticas agudas, sus razones, límites y posibles aplicaciones. Disponible en: <http://blogs.dickinson.edu/buddhistethics/> Volumen 24, 2017 [Fecha de acceso: 11 de abril de 2021].

Robinson, L. W. (2019) Right Speech. Disponible en: <http://www.ncsociology.org/torchmagazine/v931/outline.html> [Fecha de acceso: 10 de abril de 2021].

Rodríguez Borges, Rodrigo Fidel (2010) El discurso del miedo. Dilemata. Editorial Plaza Valdés.

Roncallo-Dow, S., Uribe-Jongbloed, E. y Calderón-Reyes, I. (2013) La investigación en comunicación: Los límites y limitantes del conocimiento. En: Co-herencia, 10 (18), pp. 161-187

Roy, S., Narula, S. (2017) Alternative Views on the Theory of Communication: An Exploration through the Strands of Buddhism. J Mass Communicat Journalism 7: 354. Disponible en: <https://www.hilarispublisher.com/open-access/alternative-views-on-the-theory-of-communication-an-explorationthrough-the-strands-of-buddhism-2165-7912-1000354.pdf> [Fecha de acceso: 14 de abril de 2021].

Salaverría, R. (2005) Redacción periodística en internet. Pamplona: Eunsa.

Sartori, G. (2003) ¿Qué es la democracia? Madrid. Taurus.

Senauke, H. Alan (2002) ReVision - Un diario de conciencia y transformación. Disponible en: <https://ogigaya.wordpress.com/think-sangha/tsj3-html/senaukerev-html/> [Fecha de acceso: 10 de abril de 2021].

Singer, J. (2006) The socially responsible existentialism. A normative emphasis for journalists in a new media environment. En *Journalism Studies*, núm. 7 (1), pp. 2-18.

Stovall, J.G. (2004) *Web Journalism. Practice and Promise of a New Medium*. Boston. Allyn and Bacon.

Strate, L. (2012) *El medio y el mensaje de McLuhan*. Malaga: Infoamerica. Disponible en: [http://www.infoamerica.org/icr/n07\\_08/strate.pdf](http://www.infoamerica.org/icr/n07_08/strate.pdf) [Fecha de acceso: 19 de marzo de 2021].

Suárez Villegas, J.C (2014) La verdad informativa como garantía del periodismo de calidad. *DILEMATA* año 6, nº14, 85-97.

Suárez-Villegas, J.C., (2015). Ethical and deontological aspects of online journalism. Their perception by journalists. *Revista Latina de Comunicación Social* 70, 91–109. <http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1036us/06en.html>. [Fecha de acceso: 7 de marzo de 2021]

Suzuki, D. T. (1959). *Zen y cultura japonesa*. Nueva York: Panteón Libros.

Suzuki, D. T. (1980). *El despertar del Zen*. Londres: Prajna Press.

Taufic, Camilo (2005) *La autorregulación del periodismo. Manual de ética periodística comparada*. Centro de Competencia en Comunicación para América Latina. Santiago de Chile.

Thich Nhat Hanh (1993) *Para que un futuro sea posible: Comentarios sobre los cinco maravillosos preceptos*. Parallax Press.

Thompson, M. (2000) *101 ideas clave: Budismo*. Lincolnwood, IL: NTC/Contemporáneo.

Wallerstein, Immanuel (1996) *Abrir las Ciencias Sociales*. Siglo XXI, México.

Ward, S., Wasserman, H., (2010) Towards an open ethics: implications of new media platforms for global ethics discourse. *Journal of Mass Media Ethics* 25(4), 275–292.

Watts, A. W. (1957). *El camino del zen*. Nueva York: Mentor.