

El Prof. García-Noblejas escribe sobre los medios de comunicación en la cultura actual y especialmente su capacidad de establecer amistades y vivir las virtudes humanas y cristianas

Iniciativa para construir una sociedad más humana

La comunicación pública como forma de amistad

Conferencia del Prof. Juan José García-Noblejas (Pontificia Università della Santa Croce) en Valencia, el sábado 7 de marzo de 2009, en el ciclo *Los medios 2.0*: diálogo de ideas y de identidades. *La comunicación pública como forma de amistad*

La herramienta digital está aquí. Está la interactividad, el trabajo en equipo y el diálogo más o menos posible y efectivo en los llamados *medios 2.0*: entre ellos, los comentarios on-line en blogs y periódicos tradicionales y rediseñados, o nuevos periódicos en red, Twitter, Facebook, Skype, Google Pero de todo esto no quisiera tratar con detalle en primera instancia, por dos razones: 1) porque dudo mucho que buena parte de lo que ahora mismo hay como interactividad pueda ser entendido como diálogo genuino, y 2) porque no soy tan experto en los new media, aunque los observe con curiosidad y escriba un blog desde hace 4 ó 6 años. Y hay una máxima que resulta inexorable para convivir con internet, que consiste en esto tan elemental: "escribe o habla de lo que sepas bien y pon enlaces a lo demás"

Pienso, de todos modos, que para hablar de diálogo interactivo con propiedad conviene hablar un poco acerca del diálogo y la amistad entre personas. Y luego podremos dialogar mejor sobre algunas esperanzas, algunos temores y quizá experiencias personales con los *medios 2.0*

Ya sabemos que las herramientas [basta pensar en la imprenta o el telescopio- desde luego que cambian decididamente las cosas en la

historia de la humanidad. Pero esto no quiere decir sin más que sean capaces de cambiar por sí mismas la voluntad y los valores de las personas que las utilizan.

En nuestro caso, aunque las herramientas faciliten en teoría el diálogo, no quiere eso decir que de suyo la comunicación pública va hacia el diálogo amistoso, el diálogo público [que necesariamente terminará siendo diálogo político, en el mejor sentido de la palabra- entre personas en busca de la verdad Por eso entiendo que quizá sea posible reconducir los cambios técnicos hacia un progreso práctico en esta dirección, pensando un poco más acerca de ella.

Así sucede que tiene razón Neil Postman cuando se pregunta: "¿Qué sucede si colocamos una gota de colorante rojo en una probeta de laboratorio llena de agua clara? ¿Tendremos agua clara más una gota de colorante rojo? Es obvio que no. Tenemos una nueva coloración en cada molécula de agua. Esto es lo que yo entiendo por cambio ecológico. Un nuevo medio no añade algo; lo cambia todo. En el año 1500, tras la invención de la imprenta, no teníamos [la vieja Europa más la imprenta]. Tenemos una Europa diferente. Tras la televisión, América no fue [América más la televisión]. La televisión dio un nuevo color a cada campaña política, a cada hogar, a cada escuela, a cada iglesia, a cada industria, etc."

De todos modos, continúa Postman (y esto reviste especial interés para lo que aquí se viene diciendo): "aunque vengo utilizando de modo intercambiable las palabras "tecnología" y "medio", como de ordinario se hace, pienso que es útil distinguir ambas cosas: una tecnología es a un medio lo que el cerebro es a una mente. Como el cerebro, una tecnología es un instrumento, una pieza de una herramienta, por decirlo así. Como la mente, un medio es el uso, lo que hacemos con la herramienta. Y esto no significa que ni el cerebro ni la tecnología pueden utilizarse para lo que se nos ocurra (...) Las tecnologías, lo mismo que los cerebros, pretenden y solicitan ser utilizados de determinadas maneras... y una tecnología sólo es peligrosa cuando renunciamos a su control. Ante una nueva tecnología, cabe preguntarse [¿cuál es el problema que soluciona esta nueva tecnología?]. Asumiendo que haya un problema por resolver, cosa que no siempre sucede, me parece mejor preguntarse: [¿Qué nuevos problemas va a crear esta tecnología, al resolver aquellos otros?] " [1].

No tengo especiales dotes proféticas, así que no responderé a estas cuestiones de Postman acerca de los problemas que pueden resolver y crear las nuevas tecnologías digitales que sean *friendly*, en un mundo de *medios 2.0*, inicialmente interactivos y presuntamente *friendly*. Me pregunto más bien si sabremos aprovechar la oportunidad que brindan la tecnología y los *medios 2.0* para dejar de ser emisores o receptores y

pasar a usuarios conscientes y libres de las técnicas digitales y de los medios en un "ámbito de comunicación *friendly*", amistosa sin más.

Voy a intentar desarrollar esta idea, en el contexto dado para este encuentro. Como se ve, entiendo que no se trata tanto de mencionar en los medios o lograr en ellos una buena representación de los valores cristianos, que ya es mucho. Entiendo que se trata más bien de que haya personas que vivan esos valores en el ámbito público, que es el suyo, cada uno a su modo. Los valores o virtudes tienen de entrada un efecto [quizá colateral- pero muy saludable, casualmente asociado a las técnicas digitales.

Porque una de las virtualidades de estas técnicas consiste en su oferta de "ganar tiempo", o al menos de no perderlo o perderlo menos, precisamente cuando el bien que hoy más escasea es precisamente el tiempo. Nunca tenemos tiempo suficiente para atender las múltiples solicitudes entre las que vivimos. Pues bien, para ganar tiempo, hemos de lograr incrementos netos en nuestras capacidades o facultades para hacer y para obrar con facilidad y agrado aquello que queramos hacer y obrar libremente. Y tal cosa es lo que se conoce con el nombre preciso de "virtud".

El título principal de este encuentro menciona los "valores cristianos". Por eso quiero hablar de uno de ellos, la amistad, que en pura ley debería ser entendida como una virtud, que nos ayuda a "ganar tiempo" en la vida conjunta con los demás. No sin tener presente que, por ejemplo, según manifiesta Victoria Camps desde una perspectiva laicista, la denominación de "virtudes" ha decaído en su uso, al decaer la vigencia social de coordenadas cristianas. Ahora se habla de "valores", algo aparentemente más lejano de cualquier fe religiosa concreta: aunque lo curioso o paradójico es que esto lo dice Victoria Camps en un libro titulado "Virtudes públicas" [2]. Las "virtudes" siguen vendiendo más que los "valores", a fin de cuentas. En todo caso, hay otros pensadores como Trías, Vattimo, Gadamer o Derrida que consideran todo lo seriamente que pueden la religión [3], sin necesariamente vivirla, pero quitándole la injusta etiqueta volteriana de superstición. Dejando al margen posibles veleidades terminológicas y escolásticas, a nuestros efectos, sucede que hablar del "valor de la amistad", tiene el mismo sentido práctico referido por la "virtud de la amistad", aunque las palabras no tengan idéntico alcance. Ya sabemos que las palabras no solo "designan" algo distante sino que "diseñan" o contienen aquello de lo que son expresión.

No es inocente por tanto hablar de "La comunicación como forma de amistad". Sólo deseo [en esta breve intervención- razonar un poco acerca de qué sea la amistad en el entorno de la comunicación pública, planteando la cuestión en estos términos simples: ***¿pueden ser los***

medios de comunicación, además de pretenderlo o parecerlo, humanamente amistosos?

1. Paradojas en lo público de la amistad y en la escritura del diálogo comunicativo

Hay una razón inicial para entender que al plantear la Comunicación como fenómeno público, estoy aproximándola [sin exceso de erudiciones en griego, que no son del caso- a lo que para Aristóteles supone la amistad, la "philia", como una disposición habitual en torno a una **"comunidad de discursos y de pensamiento"** que a fin de cuenta significa "vivir juntos" o participar en una "vida conjunta" (Eth. Nic., 1171 b 32). Pero se trata de un "vivir juntos" o de una "vida conjunta" que en nada es semejante a lo que sucede en el mundo animal, cuando "las bestias comen juntas en un mismo sitio". Y se trata de un "vivir juntos" que puede ser entendido bien bajo razón de **utilidad** o agrado, bien como **virtud**, al encontrarnos con la "teleia philia", la amistad perfecta.

Precisamente por el juego de las apariencias y el contraste entre la noción de "vivir juntos" cuando se trata de animales que comen y cuando se trata de personas amigas, dice Aristóteles que **no es amistad la "benevolencia que permanece oculta"** (Cfr. Eth. Nic., 1155 b 34 [1156 a 5] [4]. La amistad, con los lazos concretos que establece el compartir discurso y pensamiento, no es algo escondido, sino que tiene un carácter manifiesto público. Un rasgo común con lo que hoy denominamos Comunicación pública.

En esta posición (y sin olvidar los rasgos éticos, políticos y estéticos) cabe referirse en directo a las actividades de Comunicación pública en cuanto están asociadas a deliberaciones es decir, a un entrelazado de inteligencia y acción práctica, que técnicamente reciben el nombre de **"elecciones del deseo deliberativo o intelecto deseante"** ("prohaíresis") o **"juicios prudenciales" que determinan con indulgencia lo justo o equitativo ("gnomé")** [5]

La comunicación pública es en sí misma una actividad libre, que implica deliberar acerca de la vida buena, lo justo o equitativo, y presentarlo como deseable y sus contrarios como indeseables. La comunicación pública versa por tanto acerca de lo mismo en deliberamos y recomendamos en la vida de la sociedad en que vivimos, en toda su infinita latitud, y extensión. La actividad de comunicación es una acción temáticamente reduplicativa respecto de la misma acción de

vivir, cabe decir.

De todos modos, tal cosa sucede [de modo creciente gracias a las nuevas técnicas y medios 2.0- en un contexto de diálogo amistoso, circunstancia que no es indiferente, puesto que [ya lo decía Platón- el diálogo entre amigos es el lugar privilegiado en que comparece la verdad, como paradigma de la comunicación.

La *Carta VII* de Platón, de todos modos, es paradójica: es una carta escrita que denigra la misma escritura. Primero encontramos la alabanza del diálogo amistoso:

"sólo () cuando se ha discutido en discusiones amables, en las que la envidia o el interés no dicta ni las preguntas ni las respuestas, sólo entonces alumbra sobre el objeto estudiado la luz de la sabiduría y de la inteligencia, con toda la intensidad que pueden soportar las fuerzas humanas".

Afirmación cautivante que espolea a la práctica del diálogo amistoso. Pero enseguida viene la paradoja, cuando a renglón seguido se presenta el vituperio de la escritura, cuando nos dice Platón que:

"es por esto que todo hombre serio se guardará bien de tratar por escrito de cosas serias y entregar así su pensamiento a la envidia y a la ininteligencia de la multitud. Hay que sacar de esto esta simple conclusión [continúa Platón- : cuando vemos una composición escrita, ya sea por un legislador sobre las leyes, o por cualquier otro acerca de cualquier asunto, diremos que el autor no ha tomado aquello en serio, si él mismo es alguien serio" (*Carta VII*, 344 b-c).

No se trata aquí de resaltar la contradicción interna en estas afirmaciones ni de insistir con posibles ironías al respecto. Platón escribe aquí seriamente cosas serias, esperando que sean seriamente leídas por Dionisio, su amigo tirano de Siracusa, probable impostor intelectual, a quien las dirige como denuncia del falso saber.

2. Metáforas prácticas: entre "terceros lugares" y "juegos de suma positiva"

Pienso que no es exagerado plantear la Comunicación pública como un fenómeno sobre todo complejo, al tratar de asuntos que interesan más la persona que la mera inteligencia individual agrupada en colectividades con otros individuos.

Y al no ser de ordinario tratado en su enorme complejidad, cuando en una situación cultural no se afronta el sentido de la propia situación [6], entonces nos vemos como cansados y tendemos a dejarnos arrastrar por el mero acontecer, instalados en la decepción.

Esto pasa con los medios de comunicación: ¿alguien considera que pueden o merecen ser tomados como amigos? No es exagerado decir que en nuestra situación cunde el temor ante el poder del dinero, el poder político y la tecnología.

Por esta razón, hace unos años propuse [con limitado éxito, dicho sea en honor de la verdad- el interés de incorporar la noción de *terceros lugares* para entender los medios de Comunicación pública como "lugares de encuentro y diálogo personal", mejor que como "autopistas de circulación", también mejor que como "ecosistemas de habitación". Y propuse combinar esa metáfora con la "teoría de juegos" para destacar que la comunicación pública forma parte de la trama social que invita a la cooperación como modo de lograr que todos ganemos en nuestro "vivir juntos". Voy a esbozar estas dos cosas.

La noción de "tercer lugar" viene casi descrita en el enunciado que da título al libro de Ray Oldenburg [7], ***"El gran lugar agradable: cafés, cafeterías, centros comunitarios, institutos de belleza, grandes almacenes, bares, cantinas y cómo te ayudan a pasar el día"***. Se trata de una noción asociada a lugares de encuentro social informal, distintos de los otros dos grandes "lugares": las grandes organizaciones, las corporaciones, los lugares de trabajo, por un lado, y los pequeños ámbitos familiares o de círculos de amigos íntimos, por otro lado.

Vistos los medios de comunicación como "terceros lugares", alguno pensó que era otro modo de hablar de la "democracia virtual" [8], del derecho igual de todos para hablar en la nueva gran asamblea audiovisual que promocionan los soportes digitales. No veo así el horizonte de *medios 2.0*. Pienso más bien [9] que este hallazgo de Oldenburg implica que las ***"sociedades informales"*** que nacen en los *terceros lugares públicos* tienen en su misma naturaleza una fuerte dosis de imprevisión: ni son lugares en los que alguien, sin más, "se apunta", ni se asemejan a los "enclaves de estilos de vida" descritos por el comunitarista Robert Bellah [10]. Pienso que, puestos a decirlo de modo gráfico, Chesterton tiene razón en este punto, cuando dice que "mientras es Dios quien hace nuestros vecinos, somos nosotros quienes hacemos nuestros amigos y nuestros enemigos" (*Heretics*, XIV).

Ser lugares de encuentro imprevisto convierte a los medios de comunicación en ***lugares de carácter político***, en los que [como dice Oldenburg- ***"cualquier esbozo de jerarquía que aparezca procede de la***

decencia humana", pero nunca de la riqueza, el glamour, la agresividad o la inteligencia. De nuevo nos aproximamos a la razón de amistad.

Nuestro problema es que hoy en día, cuando el mercantilismo se establece como criterio en el ámbito público, los "terceros lugares" dejan de ser lo descrito por Oldenburg, y se convierten en algo semejante a "shopping centers", es decir, en lugares "básicamente comerciales".

Quizá el defecto de nuestras formas y medios de comunicación pública sea que nacen con un excesivo lastre de intereses políticos, industriales y financieros de baja estofa, que les orienta a una rentabilidad reducida al corto plazo. Es decir, en cierto modo quedan incapacitados para desarrollar y promover inequívocamente los hábitos de decencia propios de los "terceros lugares", cercanos de suyo a la razón de amistad.

En esta perspectiva, desde luego que [de suyo- los nuevos medios y prácticas profesionales, de tipo 2.0, parecen más capaces de constituir un entorno de relaciones más o menos estables de solidaridad y amistad. Son capaces de plantear proyectos estables y plurales de "colonización" de nuestro propio tiempo futuro, de ampliar horizontes comunes como ámbitos de creciente libertad de acción.

Hasta aquí, lo que se observa desde los medios considerados como "terceros lugares". **Veamos ahora qué aporta la "teoría de juegos"**, que es hoy un instrumento válido para casi todo.

También para ver en ellos las acciones comunicativas como posibles "juegos de suma positiva", como sistemas de relaciones en los que todos los participantes salen ganando. Para que alguien salga ganando, nadie tiene que perder, como sucede en las competiciones deportivas, o en las elecciones políticas, sin ir más lejos.

El planteamiento de los medios de comunicación como "terceros lugares" implica que la solidaridad y amistad de los profesionales -si son de naturaleza genuina- trae consigo este planteamiento de "juego de suma positiva". En toda colectividad, hay dos situaciones extremas estables: la cooperación o la deserción generalizadas. No quisiera decir que hoy predominan tendencias hacia la segunda. Pero sí conviene advertir que, ante el dilema de actuar en beneficio propio o en beneficio del bien común, las cosas no están precisamente decididas con claridad en nuestros días, en el ámbito de la comunicación pública.

La teoría de juegos [11] un de manifiesto dos observaciones. Una, que existe una ley, casi de sentido común, que hace que los "desertores",

los que buscan el beneficio propio, tienden a cooperar proporcionalmente al aumento del número de cooperantes que son identificables en cuanto tales. La segunda observación dice que en los grandes grupos sociales

"Lo que cambia hacia la cooperación es la presencia en el colectivo de **miembros que tienen perspectivas, motivos u horizontes de larga duración en sus actitudes**, pues estas personas son las primeras en cambiar de la deserción a la cooperación. Los demás grupos siguen sistemáticamente a éstos".

Desde ésta perspectiva, cabe preguntarse con Leonardo Polo

"¿Por qué la sociedad es un juego de suma positiva y no un juego de suma cero? La razón es ésta: *la sociedad es un sistema de cooperación* (...) La condición humana es cooperante. El hombre no entra en sociedad para que le peguen bofetadas o le dejen en un rincón, sino para cooperar. Siempre que haya un déficit de cooperación, hay que protestar, y esforzarse en corregirlo" [12].

3. La amistad, tendencia natural a la cooperación en comunicación

La amistad, como tendencia social a "dar de lo que se es", en el sentido de "dar de sí mismo" y no sólo "dar de lo que se tiene" (eso sería la liberalidad) puede encontrar su caldo de cultivo en la sociedad entendida como cooperación. Y su desarrollo entra de lleno en este juego de suma positiva que culmina en la vida feliz aristotélica, la vida del *hombre bueno rodeado de amigos*, es decir, rodeado del reconocimiento de los más semejante a él en bondad, no necesariamente de todos sus semejantes. Si no hay amistad, es posible que el juego social termine teniendo suma cero (unos ganan, y para eso otros deben perder), o incluso suma negativa (todos pierden), cuando la insolidaridad, la desconfianza y el "sálvese quien pueda" se instaura como presupuesto de las reglas de juego. Un amigo es infinitamente más que un aliado o que un compañero.

A los amigos se les describe y representa siempre juntos, mirando hacia delante. Hacia el mismo interés común, la misma verdad hacedera que quizá otros aún no ven. Por eso dice C.S. Lewis que "los que no van a ninguna parte no pueden tener compañeros de ruta" [13]. Por eso también sucede que -teniendo un fin común- la amistad, a diferencia del mero compañerismo, es *fuentes de solidaridad y confianza* crecientes en intensidad y extensión: "la verdadera amistad es el menos celoso de

los amores. Dos amigos se sienten felices cuando se les une un tercero, y tres cuando se les une un cuarto, siempre que el recién llegado esté cualificado para ser un verdadero amigo. Pueden entonces decir, como dicen las ánimas benditas en el Dante, *aquí llega uno que aumentará nuestro amor, porque en este amor compartir no es quitar*" [14].

¿No parece este un contexto -ideal, pero de ningún modo utópico- para entender mejor las relaciones entre los medios de comunicación y los grupos sociales? En todo caso, éste es el tipo de relación mutua que los comunicadores y sus interlocutores sociales -por decirlo de algún modo- buscan establecer entre sí.

Si se acepta el paralelo de relaciones de amistad entre los medios de comunicación y las sociedades, hay que convenir que la amistad no es estrictamente necesaria para la mera supervivencia. Lo malo sería vivir en la mera supervivencia. Lewis lo dice con estas palabras: "la amistad es innecesaria, como la filosofía, como el arte, como el universo mismo, porque Dios no necesitaba crear. No tiene valor de supervivencia; más bien es una de esas cosas que le dan valor a la supervivencia (...) Cuando la amistad da frutos que la comunidad puede utilizar, tiene que hacerlo accidentalmente, como con un subproducto. Los pequeños círculos de amigos que dan la espalda al "mundo" son los que lo transforman de veras. Las matemáticas de Egipto y Babilonia tenían un sentido práctico y social, estaban al servicio de la agricultura y la magia; pero las matemáticas griegas, *practicadas por amigos en los ratos de ocio*, han sido mucho más importantes para nosotros" [15].

No cabe duda de que los medios de comunicación y su uso social las más de las veces se plantean con estricto sentido utilitario, o si se quiere, con sentido práctico social, entendido al estilo egipcio y babilónico de las matemáticas. Y no precisamente al estilo ocioso y amistoso de quienes ¶ dando la espalda al mundo- desarrollaron las matemáticas griegas. Quizá las nuevas técnicas digitales y los *medios 2.0* sean una oportunidad para desarrollar el ocio y la amistad en la comunicación pública.

4. Los textos comunicativos tiene por referente la persona

Si, en vez de hablar de matemáticas, lo hacemos de comunicación, es bien posible que podamos seguir con el razonamiento de Lewis acerca de lo que implica "dar la espalda al mundo", en el sentido paradójico de

prescindir de la utilidad inmediata.

Pienso que es conocida y apreciada la postura de Annah Arendt, según la cual **"la persuasión y la violencia pueden destruir la verdad, pero no pueden reemplazarla.** Y esto vale tanto para la verdad racional o religiosa, como vale [de forma más evidente- para la verdad de hecho () La posición externa al ámbito político es claramente uno de los varios modos de estar solo. **Importantes modos de decir la verdad** son la soledad del filósofo, el aislamiento del científico y del artista, la imparcialidad del historiador y del juez, así como la imparcialidad e independencia de quien indaga sobre hechos, la del testigo y del cronista" [16].

Una vez señalados los diversos tipos de soledad de quien se apresta a atenerse a la verdad, Arendt advierte que: "Sólo donde una comunidad se ha embarcado en la mentira organizada por principio, la sinceridad [mejor, la veracidad] en cuanto tal, no sostenida por las fuerzas deformantes del poder y de los intereses, puede convertirse en un factor político de primer orden. Donde todos mienten respecto de las cosas importantes, quien dice la verdad, lo sepa o no, ha comenzado a actuar. Se ha comprometido en los asuntos políticos, puesto que [en el improbable caso de que sobreviva- ha dado un primer paso hacia el cambio del mundo" [17].

El "dar la espalda al mundo" (no quedarse en la rentabilidad y responsabilidad a corto plazo) junto a otros, que en cierto modo supone algo semejante al "ponerse el mundo por montera"; el trascender el individualismo, es una cualidad de la relación amistosa, no sólo en cuanto que pretende encontrar una explicación verdadera de la realidad, sino en cuanto que pretende hacerla ver a quienes no son con propiedad amigos.

Entiendo que cuando una sociedad se embarca [sabiéndolo y queriéndolo o no- en la mentira organizada por principio, cuando [como dice el filósofo Inciarte citando a Agustín de Hipona- "la pregunta filosófica principal es: () ¿acaso se puede separar entre bien y mal? () Los instrumentos del ejercicio del poder, los Estados, ¿son otra cosa que *magna latrocinia*, grandes bandas de delincuentes, cuya justicia es más que la norma de la conservación de su poder?" [18]; cuando esas cosas se aprecian en una sociedad, entonces caemos en cuenta de que en ella queda bastante por hacer.

Cuando en estas sofisterías estamos, cuando [como dice Arendt- todos (o casi todos, o muchos) mienten respecto de las cosas importantes (porque tergiversas o las omiten, dando por supuesto que no existe tal cosa como la verdad o el bien, ni siquiera *prácticos*), entonces sucede que quien busca y dice la verdad y hace el bien, lo sepa o no, se ha

comprometido en asuntos políticos y ha dado un primer paso hacia el cambio del mundo. Espero que en éstas estemos, de la mano de la virtud de la amistad, entendida como valor humano y por tanto cristiano.

Y esto sin insistir en que **la comunicación pública puede ir hacia la amistad**, más allá de la estricta justicia, pero sin saltarse ésta última. Eso no lo podemos hacer, en la medida en que la verdad ¶en estos tiempos algo sombríos al respecto- implica compromiso en asuntos políticos y éticos, y con ellos, compromete en deseos eficaces de cambiar el mundo. Incluyendo los posibles errores y su rectificación.

Bien entendido que para hacerlo, quienes primero han de cambiar somos las personas, los profesionales ¶en este caso- de la comunicación. Las herramientas 2.0 están ahí, a disposición, lo mismo que la imprenta hace unos siglos. Queda poner en juego de diálogo amistoso nuestras ideas, sin olvidar nuestra identidad personal.

* * *

Esto es lo que pretendía poner de manifiesto. Decía Goethe que "así como los silencios forman parte del ritmo musical, con igual derecho que las notas, puede que en la amistad a veces sea bueno callarse un tiempo". Creo que ¶en mi caso- ha llegado el momento de seguir el consejo de Goethe, y callarme. Muchas gracias por la amistosa atención.

Notas

[1] Cfr. "Defending Ourselves Against the Seductions of Eloquence", en K. Dyson y W. Homolka, Eds., *Culture First! Promoting Standards in the New Media Age*, Cassel, London, 1996, pp. 24-34, cfr. pp. 32-34. Ver también, "What Makes Journalism Different?", *Nieman Reports*, Summer, 1995, pp. 28-34. Bajo este título figura un coloquio entre Neil Postman y Richard Harwood, uno de los primeros en torno a las nuevas tecnologías digitales de la comunicación y los problemas que éstas pueden crear y resolver respecto del periodismo

[2] Cfr. *Virtudes públicas*, Espasa Calpe, Madrid, 1990. Véase un tratamiento consistente en Ricardo YEPES, *Fundamentos de antropología. Un ideal de la excelencia humana*, Eunsal, Pamplona, 1996.

[3] Cfr. J. Derrida y G. Vattimo (Eds.) *La religión*, PPC, Madrid, 1996. El ¶despertar de lo espiritual¶ interesa progresivamente a

algunos filósofos europeos contemporáneos, si bien suelen poner en juego elementos racionales más cercanos al «dios de los filósofos» o a la «medida de las medidas» que al Dios vivo cristiano de la tradición cultural en que viven. Trías, por ejemplo, habla de la «religión del espíritu» y del «Dios del límite» como algo semejante al «daimon» socrático, como la «pieza ausente» de las dos que componen el símbolo-moneda del encuentro entre una figura sagrada y un testigo humano.

[4] Danani, Carla, *L'amicizia degli antichi. Gadamer in dialogo con Platone e Aristotele, Vita e Pensiero, Milano, 2003. Para la referencia, vid. p. 258.*

[5] Cfr. Aubenque, Pierre, *La prudencia en Aristóteles*, Crítica, Barcelona, 1999.

[6] Cfr. Polo, Leonardo, *Presente y futuro del hombre*, Rialp, Madrid, 1993, pp. 62-113.

[7] R. Oldenburg, *The Great Good Place: Cafés, Coffee Shops, Community Centers, Beauty Parlors, General Stores, Bars, Hangouts and How They Get You through the Day*, Marlowe & Co., New York, 1997.

[8] L. Scheer, *La démocratie virtuelle*, Flammarion, París, 1994.

[9] Cfr. Christopher Lasch, *La rebelión de las elites*, Paidós, Barcelona, 1996.

[10] R. Bellah y otros, *Habits of the Heart*, University of California Press, Berkeley, 1985.

[11] N.S. Glance y B.A. Huberman, "The dynamics of Social Dilemmas", *Scientific American*, march 1994, pp. 76-81.

[12] Leonardo Polo, *Quién es el hombre*, Rialp, Madrid, 1991, en especial, "Las virtudes sociales", pp. 127-153.

[13] C. S. Lewis, "La amistad" (pp. 69-102), en *Los cuatro amores*, Rialp, Madrid, 1991, p. 78.

[14] C. S. Lewis, "La amistad", cit., p. 73.

[15] Ibid., pp. 80-81.

[16] A. Arendt, *Verità e politica*, Bollati Boringhieri, Torino, 1995, p. 71.

[17] Ibid., p. 61.

[18] Cfr. Fernando Inciarte, *Imágenes, palabras, signos. Sobre arte y filosofía*. Eunsa, 2004, y en concreto "Imágenes, palabras, signos. Mediación de la realidad y sustitución de la realidad", p. 30.