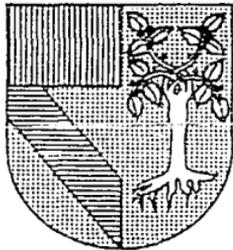


308923



UNIVERSIDAD PANAMERICANA

ESCUELA DE PEDAGOGÍA
INCORPORADA A LA
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

46
2EJ

"ANÁLISIS PEDAGÓGICO SOBRE LA NECESIDAD CURRICULAR DE FORMACIÓN DEONTOLÓGICA EN LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN"

TESIS PROFESIONAL
QUE PRESENTA:

Liliana Servín Lance

PARA OBTENER EL TÍTULO DE

Licenciado en Pedagogía

Director de tesis:

Dra. Ana Teresa López de Llargo

México D.F.

1994

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

“El mundo ha obtenido relevancia sin tener conciencia. El nuestro es un mundo de gigantes nucleares y de infantes éticos”

General Omar Bradley

“La ciencia nos dio primero una Ética Normativa, luego una Ética Realista y, finalmente, ningún tipo de Ética”

George Faludy

“La salud de una comunidad es un índice casi infalible de su moral”

James Martineau

GRACIAS

A DIOS y a su madre María Santísima

A Mis padres, Bernardo y Ventura, por su ejemplo y porque este logro es de ellos.

A mi hermana Ventura

A mi hermano Bernardo

A la Universidad del Valle de Orizaba: a su rector el Ing. Roberto López Arano y a los profesores y alumnos que contribuyeron a este trabajo.

A mi prima Verónica Abaroa

A mis abuelos, tíos y primos

A mis compañeros, especialmente a mis amigas Yenarit, Alejandra, Claudia, Gabriela, Yolanda, Mariella, Angélica, Sandra

A mis maestros, especialmente a María Pliego, Marveya Villalobos, José Luis García, Carlos Kramsky, Ana Teresa López de Llergo, Alfonso Guerrero, María Teresa Mendoza, María Teresa Carreras, Malena Rosillo, Alejandra Tinajero.

A la Universidad Panamericana, especialmente a la Escuela de Pedagogía

A mis amigos Claudia Virginia, Marita, Fosibel, Bertha Alicia, Lucía, Lucero, Dulce María, Juan, Claudio.

Al personal de la Biblioteca y del Centro de Cómputo de la Universidad Panamericana

A la familia Gutiérrez Morales

A la RUL y a CITALA

A todas aquellas personas que me apoyaron en la realización de este trabajo y en la culminación de mi profesión.

ÍNDICE

PAG

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I

LA FORMACIÓN MORAL DE LA PERSONA HUMANA COMO PARTE DE UNA EDUCACIÓN INTEGRAL

| | |
|---|----|
| I.1 La persona humana y su dimensión moral..... | 8 |
| I.1.1 Naturaleza y definición de persona humana..... | 9 |
| I.1.2 La persona, un ser en sociedad..... | 12 |
| I.1.3 Persona moral..... | 14 |
| I.1.3.1 La persona en relación con la Ética..... | 15 |
| I.1.3.2 Los actos humanos y su moralidad..... | 16 |
| I.2 La moralidad de la persona y su enlace con a educación..... | 17 |
| I.2.1 Concepto de educación..... | 18 |
| I.2.2 La educación como proceso de formación humana..... | 20 |
| I.2.2.1 La educación y la metafísica de la persona..... | 21 |
| I.2.3 La Didáctica como medio de perfección..... | 24 |
| I.2.3.1 Momentos y elementos didácticos de todo proceso educativo.. | 25 |
| I.2.4 La educación moral, impulso hacia la perfección..... | 27 |
| I.2.4.1 El valor como fundamento de la educación..... | 29 |
| I.2.4.2 La moral, parte de una educación integral..... | 30 |
| I.2.4.3 La controversia moral entre manipulación y educación..... | 31 |

CAPITULO II

LA COMUNICACIÓN COMO PROFESIÓN, UNA NECESIDAD ACTUAL

| | |
|---|----|
| II.1 La comunicación y la información modernas en el proceso educativo..... | 33 |
| II.1.1 Comunicación y educación..... | 34 |
| II.1.1.1 Manipulación de la comunicación..... | 36 |
| II.1.2 Concepto de comunicación..... | 38 |
| II.1.2.1 La comunicación pública y los medios de comunicación social..... | 42 |
| II.1.3 Concepto de información..... | 45 |
| II.1.3.1 Función pública de la información sobre la opinión..... | 47 |
| II.1.3.2 El derecho y el deber de informar..... | 49 |
| II.2 La Licenciatura en Ciencias de la Comunicación..... | 52 |
| II.2.1 Descripción general de la carrera..... | 52 |
| II.2.2 Características propias de la Licenciatura..... | 53 |
| II.2.3 El profesional de la comunicación..... | 58 |
| II.2.4 Contenidos programáticos generales de la carrera en México..... | 61 |
| II.3 La Licenciatura en la Universidad del Valle de Orizaba..... | 62 |
| II.3.1 Reseña histórica de la Universidad del Valle de Orizaba..... | 62 |
| II.3.2 Descripción y características generales de la Licenciatura en la Universidad del Valle de Orizaba..... | 64 |
| II.3.3 Perfil del Licenciado en Ciencias de la Comunicación de la Universidad del Valle de Orizaba..... | 69 |
| II.3.3.1 Conocimientos..... | 69 |
| II.3.3.2 Habilidades mentales (aprender a aprender)..... | 70 |

| | PAG. |
|---|------|
| II.3.3.3 Aptitudes y destrezas (aprender a hacer)..... | 71 |
| II.3.3.4 Características personales (aprender a ser)..... | 72 |

CAPÍTULO III

LA ÉTICA PROFESIONAL EN EL CAMPO DE LA ÉTICA GENERAL

| | |
|---|-----|
| III.1 La Ética como ciencia Filosófica..... | 75 |
| III.1.1 Ubicación de la Ética en la Filosofía..... | 76 |
| III.1.2 La Ética como ciencia..... | 78 |
| III.1.3 Presupuestos éticos relevantes..... | 80 |
| III.2 La Ética Profesional..... | 93 |
| III.2.1 Profesión y vocación..... | 96 |
| III.2.2 La relación entre profesión y su dimensión ética..... | 99 |
| III.2.3 Presupuestos éticos profesionales..... | 102 |

CAPÍTULO IV

UN NUEVO HORIZONTE MORAL: LA DEONTOLOGÍA DEL COMUNICADOR

| | |
|---|-----|
| IV.1 Ética y Deontología del comunicador..... | 110 |
| IV.1.1 La formación moral del comunicador..... | 113 |
| IV.1.2 Ética del la información y conciencia profesional..... | 115 |
| IV.2 La comunicación como medio de influencia en la sociedad..... | 117 |

PAG.

| | |
|--|-----|
| IV.2.1 La moralidad de la imagen informativa..... | 120 |
| IV.2.2 El lenguaje y la Ética en el proceso de comunicación..... | 121 |
| IV.2.3 La función de los medios de comunicación social..... | 123 |
| IV.3 Significado ético profesional de la libertad de expresión..... | 127 |
| IV.4 El secreto profesional del informador..... | 129 |
| IV.4.1 Un derecho y un deber..... | 132 |
| IV.5 La veracidad en el proceso de la comunicación..... | 133 |
| IV.5.1 Compromiso y responsabilidad..... | 135 |
| IV.5.2 La opinión en el marco de la información varaz..... | 136 |
| IV.6 El respeto a la intimidad, a la vida privada..... | 137 |
| IV.7 La responsabilidad del comunicador: un compromiso con la sociedad..... | 140 |
| IV.8 Un problema real: la manipulación de la información..... | 141 |
| IV.9 Ética y Publicidad..... | 142 |
| IV.9.1 Código de Ética Publicitaria..... | 143 |
| IV.10 Información: Principios éticos en los códigos..... | 146 |
| IV.10.1 México: Código de Ética para los periodistas..... | 151 |

CAPÍTULO V

ELABORACIÓN DEL PROGRAMA SEMESTRAL DE LA ASIGNATURA
DE DEONTOLOGÍA DEL COMUNICADOR PARA LA UNIVERSIDAD
DEL VALLE DE ORIZABA

| | |
|---|-----|
| V.1 Introducción..... | 154 |
| V.2 Justificación..... | 155 |
| V.3 Análisis del plan y programa de estudios de la Universidad del Valle de Orizaba..... | 157 |
| V.4 Diagnóstico de necesidades..... | 160 |
| V.4.1 Objetivos..... | 161 |
| V.4.2 Diseño y elaboración del instrumento..... | 162 |
| V.4.3 Cuestionario..... | 163 |
| V.4.4 Resultados e interpretación..... | 169 |
| V.4.5 Análisis e interpretación general..... | 214 |
| V.5 Programa de la asignatura Deontología del Comunicador..... | 216 |
| V.5.1 Justificación..... | 216 |
| V.5.2 Descripción del programa..... | 218 |
| V.5.3 Presentación del programa..... | 236 |

CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFÍA

INTRODUCCIÓN

Nuestro país, al igual que todas las naciones del mundo, han sufrido grandes transformaciones en distintos ámbitos de la sociedad, muchas de ellas consecuencia de los progresos que en materia tecnológica y científica se han presentado. Estos cambios han dado lugar a nuevas formas de vida e ideologías humanas; modificando los distintos saberes humanos.

Este progreso tecnológico, se ha caracterizado en cuanto a la comunicación e información humana, por el rápido crecimiento y modernización de los medios de comunicación social; lo que ha provocado, entre otras consecuencias, que estos medios desempeñen una función preponderante e indispensable en el desarrollo de las actividades cotidianas de los distintos sectores de la sociedad, como lo son las empresas, el gobierno, las instituciones educativas, etc., y es gracias a estos medios cómo estos sectores se desarrollan en el mundo de la información, contribuyendo al progreso de sus organizaciones y al propio desarrollo, no tan sólo nacional, sino internacional; hecho que no podría haberse dado de no existir estos medios.

Como producto lógico de la intervención de los medios en el desarrollo de la sociedad, se produce una influencia significativa de éstos para con los sujetos receptores de su información, dando lugar a un cambio de conducta, de ideología, de movimientos humanos, etc., como efectos que en ocasiones son positivos, pero en otras muchas son perjudiciales para la misma sociedad.

Entonces, cuando los medios de comunicación social producen un efecto nocivo, se atenta directamente contra los mismos fines que persigue la comunicación humana, pues destituyen su función primaria de servicio por la manipulación del pensamiento y actuación de los receptores o como el medio de obtención de poder, para quienes ejercían el manejo de estos medios y por lo mismo de la información que en ellos se transmite.

Paralelamente a este desarrollo de la comunicación humana a un nivel masivo, surge en nuestro país y en todo el mundo una nueva profesión, que satisface los requerimientos que el mismo progreso de la información necesita y que la sociedad exige como sujeto receptor de esa comunicación. Esta profesión, de acuerdo a sus características particulares se le conoce como

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, carrera que ha tenido en la década pasada y durante la presente un auge significativo, a nivel mundial y en nuestro país.

Es entonces, como en el México moderno, comienza a surgir, - no sólo en la capital del país, sino también en los distintos Estados que conforman nuestra nación -, esta Licenciatura, como una alternativa para aquellas personas que desean recibir una educación superior especializada en este saber humano, característico del ser social del hombre, esto es, la comunicación y el nuevo desarrollo que ésta ha tenido.

Esta nueva profesión, Licenciado en Ciencias de la Comunicación, tiene como finalidad principal la de otorgar una formación académica, que capacite a sus estudiantes en las funciones propias que ya siendo profesionista deba desempeñar en el ramo de la información y los medios de comunicación. Para la consecución de este objetivo, es necesario como principio fundamental, que el alumno reciba una formación integral, que no sólo lo prepare como un buen profesional, sino sobre todo como una persona plena.

Cuando se menciona en educación, que su finalidad es el perfeccionamiento integral del hombre, hace referencia a que se van a formar en una persona todas las dimensiones propias de su naturaleza que le hacen ser hombre y sobre todo persona con una dignidad que le hace ser superior a los demás seres. Una de las dimensiones naturales del hombre, y que le permiten actuar libremente, es la dimensión moral, que otorga a la persona la oportunidad de desarrollarse con plena conciencia de sus actos.

Relacionando este fin de la educación con la formación académica que reciben aquellas personas que se están preparando como profesionales de la comunicación, resurge la exigencia de que estos estudiantes, como parte de su formación integral, reciban una formación Ética Profesional, que los eduque en su dimensión moral y los prepare para actuar éticamente en el mundo laboral; especialmente ante el deterioro que en materia de comunicación se ha dado respecto a la moralidad que debe sustentar el servicio que prestan los medios y los profesionales de la comunicación a la sociedad receptora.

El reto que busca resolver de alguna forma este problema ético actual, impulsa a la especificación del tema de este trabajo de investigación: Una propuesta pedagógica y didáctica, como alternativa real para soslayar la carencia curricular de formación deontológica en los estudiantes de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. La alternativa didáctica que se propone es un programa para la asignatura de Deontología del Comunicador, que cumpla con los requerimientos que la formación integral exige para cualquier profesional.

Esta propuesta curricular - que es un programa interno extracurricular - está diseñada de modo específico, para una Institución de Educación Superior particular, que en este trabajo de tesis es la Universidad del Valle de Orizaba, de la ciudad de Orizaba Veracruz; Institución que surge con la finalidad de ofrecer, en esta ciudad, nuevas alternativas de educación superior privada, entre las que se presenta la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, la cual no posee en la mencionada Institución la asignatura que se propone como propuesta curricular. Sin embargo, a pesar de que este trabajo se dirija directamente a esta Institución, no se descarta la posibilidad de adaptar esta propuesta curricular a todas y cada una de las Universidades del país que cuentan entre sus alternativas de estudio con esta Licenciatura, debido que a través de la investigación de campo se hizo evidente la falta de esta formación deontológica en otras Universidades y no exclusivamente en la Institución que nos atañe.

Es por ello, que esta investigación tiene como objetivo general y fundamental el argumentar la necesidad de una formación deontológica idónea y completa para los estudiantes de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, con el finalidad de estructurar el programa de esta asignatura para la Universidad del Valle de Orizaba, de la ciudad de Orizaba Veracruz.

Los enfoques a través de los cuales se desarrolló el presente trabajo de investigación, y de acuerdo a las necesidades específicas que éste presenta, fueron, en primer lugar un enfoque del área didáctica de la Pedagogía, como consecuencia de que el objetivo final de la tesis es la propuesta de un programa de la asignatura Deontología del Comunicador, y es por medio de las bases e instrumentos que proporciona la Didáctica como se estructuró el mencionado programa, además de ser el punto de partida e idea inicial para la elaboración de esta tesis.

Resulta evidente que otro de los enfoques bajo el cual se elaboró esta tesis, es el área Filosófica, al ser la Ética o Deontología Profesional una rama de este saber humano, y el fundamento teórico y científico de la presente investigación. Por último, se retoma el enfoque sociológico, característico de la comunicación, al ser ésta un fenómeno eminentemente social, y objeto de la profesión que se estudia en este trabajo.

Fue un reto personal el haber realizado este trabajo, pues creo firmemente que uno de los pilares de toda la educación es la formación moral del hombre, no sólo de un profesionista en concreto, sino de todos los hombres; además de ser en la actualidad una exigencia y fundamento en la resolución de conflictos que en esta materia se presentan, específicamente con relación al proceso de comunicación y lo que este implica e influye, a través de los medios, en la formación de toda una sociedad. Entre los motivos que me animaron a realizar esta investigación, estuvo mi interés y preferencia por el área filosófica de la carrera; aunado a esto se presentó la oportunidad de realizarla en la Universidad del Valle, de Orizaba, así que la aproveche y surgió este trabajo.

Con el fin de realizar un trabajo lo más completo y profundo posible, se estudiaron distintas fuentes de consulta, relacionadas con la Educación, la Ética, la Deontología del Comunicador y la Didáctica, que proporcionaran la información y datos suficientes para fundamentar filosófica y sociológicamente los primeros cuatro capítulos y elaborar con bases didácticas la derivación práctica, que en este caso es un programa. Entre los principales autores que se retomaron en este trabajo destacan en educación García Hoz, Norici, Fernández Otero Oliveros, etc.; con relación a la Ética en general están entre otros Menéndez Aquiles, Poinador Navarro, Gutiérrez Sáenz Raúl y por en cuanto al tema de la Deontología o Ética del Comunicador se distinguen Brajnovic Luka, Herrán y Restrepo, Morales León y Vázquez Fernández entre otros. La Bibliografía completa se presenta al final del trabajo dividida en básica, complementaria, hemerografía y documentos, sumando en total 81 volúmenes consultados.

La investigación tomó como población del estudio de campo - para la elaboración del diagnóstico de necesidades-, a algunas Universidades principales que cuentan con la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación en el Distrito Federal y área Metropolitana, y por supuesto la Universidad del Valle de Orizaba y la Universidad Veracruzana. La muestra de esta población está constituida por 170 estudiantes de los distintos semestres de esta Licenciatura de la

Universidad del Valle de Orizaba, y también por 7 profesores que imparten distintas asignaturas en la carrera en cuestión.

Los instrumentos auxiliares utilizados en la elaboración del diagnóstico de necesidades, consistieron en dos tipos de cuestionarios, dirigidos uno para los estudiantes y el otro para los profesores. Los cuestionarios son mixtos, pues manejan preguntas abiertas y cerradas, que arrojan información tanto cuantitativa como cualitativa, sobre la opinión que poseen las personas involucradas en esta profesión, acerca de la formación filosófica y deontológica de los comunicadores.

La metodología aplicada durante el trabajo de investigación, básicamente sigue el procedimiento característico de una investigación documental y de una investigación de campo para la realización de la derivación práctica. En general, el procedimiento utilizado fue: especificar el tema de tesis, concretando el título y lugar de aplicación. Con base en el tema, se comenzó a localizar información bibliográfica o hemerográfica relacionada con la tesis, y al mismo tiempo se clasificó esta información. Se procedió a la lectura del contenido, identificando todo aquél que fuera fundamento teórico de los capítulos previstos. A la vez que se leía el contenido se procedió a la elaboración de fichas bibliográficas y fichas de trabajo, que concentraran la información recabada. Posteriormente se llevó a cabo la estructuración del marco teórico y con base en él se clasificaron y organizaron las fichas de trabajo, de acuerdo a los conceptos y a las categorías de análisis, para comenzar a redactar los capítulos en forma de borrador. Paralelamente a la redacción del contenido se elaboró el instrumento (cuestionario) del diagnóstico de necesidades y se aplicó a la muestra determinada. Se terminaron de estructurar los capítulos para proseguir con la corrección del contenido, formato, estilo y ortografía; para por último, elaborar las conclusiones y la introducción.

El trabajo de investigación consta de cinco capítulos. Los cuatro primeros comprenden la fundamentación teórica, y el último la derivación práctica presentada como una propuesta curricular a través de un programa.

En el primer capítulo se distingue al proceso de educación como medio de formación integral, destacando - como parte de este proceso - el perfeccionamiento de la dimensión moral natural de

toda persona, que le otorga la nota característica de su dignidad. Se realiza un análisis de la educación y la Ética, la persona moral; y también de la Didáctica como instrumento de perfección.

El segundo capítulo revisa el fenómeno de la comunicación humana, como aspecto esencial del desarrollo social del hombre; y sus nuevas formas de llevarse a cabo en nuestro mundo actual: a través de la información, la educación, los medios de comunicación social y la profesión del Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

En el tercer capítulo, se estudian las características principales de la Ética como ciencia Filosófica y de la Ética Profesional o Deontología como exigencia de la formación del profesionista. Se esbozan presupuestos éticos y deontológicos que dan pauta para analizar el comportamiento del hombre, como persona y como estudiante de una profesión.

El cuarto capítulo fundamenta y justifica a la Deontología del Comunicador como una necesidad, no sólo en la formación académica de los comunicadores, sino y sobre todo como el pilar de su desempeño profesional; además de buscar la consecución de una educación integral de los estudiantes de esta profesión. Se presentan los principales ámbitos y principios éticos que cualquier profesionista de la comunicación debe defender y seguir en sus funciones; como un profesional comprometido con la sociedad y servidor de ésta.

Por último, el quinto capítulo, que comprende el desarrollo de la derivación práctica de cualquier tesis de Pedagogía; consiste en la elaboración del programa semestral de la asignatura Deontología del Comunicador, para lo cual se justificó por medio de un diagnóstico de necesidad, el requerimiento de este tipo de formación para el profesional de la comunicación. Se presenta el programa como la aportación y propuesta personal de solución al problema de la carencia curricular de formación deontológica de este licenciado en la Universidad del Valle de Orizaba, reto educativo que pretende solventar esta deficiencia en la mencionada institución, pero que abre el horizonte de aplicarlas a todas las Universidades que cuenten con esta profesión.

Espero que este trabajo de investigación, no quede como un proyecto más, (como lo manifestaba una de las alumnas encuestadas), sino que se lleve a cabo, no sólo en la Universidad para el cual fue elaborado, sino para cualquier otra Institución de Educación Superior que ofrezca la Licenciatura; y sirva además como pauta para revalorizar la formación ética que reciben los educandos en cualquiera de los niveles de nuestro Sistema Educativo Nacional, como el medio para recuperar valores sociales, morales y de otra índole que han ido perdiéndose o reduciendo en la sociedad moderna.

CAPÍTULO I

LA FORMACIÓN MORAL DE LA PERSONA HUMANA COMO PARTE DE UNA EDUCACIÓN INTEGRAL

La educación integral, como su propio nombre lo dice, abarca todos los aspectos y elementos característicos de la vida de todo hombre, pues al ser integral es totalizadora, globalizadora, es la suma de distintos tipos de educación: intelectual, moral, física, religiosa, estética; siendo capaz de poner unidad en todos los aspectos de la vida de un hombre.¹ A partir de esta idea, surge la necesidad de no disminuir o ignorar alguno de ellos, sino de comprender todos para lograr esa integración mencionada.

Ante esta educación integral, es necesario educar una de las dimensiones más trascendentes de la vida de cualquier persona, es la dimensión moral, que es parte esencial del hombre, puesto que desde que la persona nace es un sujeto moral, y su actuación debe regirse bajo este aspecto.

1.1 La persona humana y su dimensión moral

Se reitera el concepto de que "el hombre es un ser esencialmente moral, impresionado por el valor, la razón y el significado de sus actos"². Como tal tiene una dimensión esencial que es la moral, es decir, el hombre actúa, y estos actos morales no son guiados por su instinto, sino por lo más elevado de su ser, que es el espíritu, y por lo tanto por sus facultades superiores, que son la inteligencia y la voluntad, que comprenden a su vez la libertad y la intención en su actividad. Es decir, la moralidad va a indicar la bondad o la maldad de sus actos, siempre y cuando éstos sean actos humanos, es decir, distintivos por su racionalidad y voluntariedad.

Es así como la persona humana es radicalmente moral, porque tiene libertad al no tener su comportamiento naturalmente ajustado, está abocado quiéralo o no, a ajustarlo, es decir, tiene

¹ cf. Roud, GONZÁLEZ SIMANCAS, J.L., Educación, libertad y compromiso, p.71-72

² NERICI, I.G., Hacia una Didáctica General Dinámica, p. -45

que justificar sus actos³; y sólo va a poder hacerlo con base en su moralidad, en las normas que ésta le muestre, de acuerdo con la ley moral y la conciencia personal, que serán los pilares objetivo y subjetivo de la dimensión moral de todo ser humano. La persona humana es fundamentalmente un ser para la acción, por tanto, tiene la libertad de preferir unas acciones a otras, pero tiene que justificar por qué prefiere unas acciones a otras. Como necesita justificar sus acciones, tiene que plantearse desde donde realiza esa justificación; y éste es el ámbito estrictamente moral.⁴

La persona humana, por estar dotada de inteligencia y voluntad, de libertad como característica propia de esa voluntad, es un sujeto, en el sentido moral de la palabra, es decir, que es sujeto de deberes y derechos que están determinados por la situación concreta en que se encuentra, pero fundados en el fin último al que está ordenada. De esto se deriva el que el hombre es incapaz de ser el último fundamento de la obligación moral⁵ sino que debe actuar conforme a ese último fin o ley que dirige o debe dirigir todos sus actos, diciendo que debe dirigir, pues el hombre es libre, y por tanto puede decidir sobre aceptar esas normas morales o no.

1.1.1 Naturaleza y definición de persona humana :

Se ha dicho que la persona posee una dimensión característica de su naturaleza, que es la moral, sin embargo no se ha explicado ¿qué es la persona? y ¿cuáles son sus notas esenciales?. Ante esto, surge la dificultad de definir a la persona, de tal modo que abarque todos esos rasgos característicos propios de ella.

Es por ello, que a continuación se presentan una serie de definiciones y conceptos acerca del hombre y de la persona humana, para poder, con base en ellos, llegar a una conclusión de lo que es ella.

"La persona es un ser subsistente, singular, consciente, libre y dueño de sí; es este ser considerado en su totalidad, como un todo poseyéndose y gobernándose como tal, según la

3 id., SANTILLANA., Diccionario de las Ciencias de la Educación., p. 495

4 id., GARCÍA HOZ, V., et al., El concepto de persona., p. 179

5 id., VERNAUX, R., Filosofía del hombre., p. 232, 234

iniciativa de su espontaneidad autónoma y reflexiva. Así está constituida en un ser absoluto y en su actuar intelectual y volitivo, que es de orden intencional y la pone en relación con su medio. Este mismo actuar supone, como fuente inmediata, las facultades intencionales, que, sin ser la sustancia del ser, están, sin embargo como sus propiedades necesarias e inseparables⁶ En esta definición, se observan elementos básicos de la esencia de todo ser humano, como el que es una sustancia, singular y por lo tanto única, consciente de sí misma y de sus actos, libre y por lo mismo dueña de sí. Es así como maneja los conceptos de libertad, racionalidad y voluntad, que son las facultades superiores del hombre, las que le hacen distinguirse de las demás criaturas.

Menciona, de igual modo, de un actuar intelectual y volitivo, por lo tanto de un actuar libre y moral, que para que se de como tal es necesario que se tenga la intención por parte del sujeto que actúa.

Otra definición, que podríamos decir que es la más común, es la que Boecio conceptualiza y que Santo Tomás de Aquino retoma, entiendo ambos por persona, a la sustancia individual de naturaleza racional, en cuanto sujeta a la propiedad de la dignidad⁷ De la cual se pueden distinguir tres elementos esenciales de toda persona humana:

1. *Substancia*, que hace referencia a aquello que no cambia, que permanece y es soporte de lo que sí cambia, es decir de los accidentes. Un ser subsistente, no necesita de otro para vivir, existe en sí mismo, con propia dignidad y autonomía. Es por ello un ser independiente, completo en sí, entero, íntegro, al que no nada falta esencialmente⁸.

2. *Racional*, es decir la facultad característicamente humana que lo hace ser distinto a los demás seres creados, de la Tierra.

3. *Dignidad*, propiedad que sólo la persona humana posee, y le proporciona la característica de ser superior a la materia, a las plantas y a los animales.

⁶ *apud.*, VÁZQUEZ FERNÁNDEZ, F., *Ética y Deontología de la Información.*, p. 29

⁷ *cf.*, RALUY BALLUS, A., *Ética.*, p. 82

⁸ *cf.*, GONZÁLEZ SIMANCAS, J.L., *op. cit.*, p. 56

A partir de estas dos definiciones, surgen los rasgos específicamente humanos, de acuerdo a su naturaleza. Así la naturaleza del hombre se distingue por ser un ser corpóreo y por lo tanto material, pero también un ser espiritual; por lo que se puede afirmar que la antropología correcta debe ser dualista⁹, y esto se demuestra por el sólo hecho de experiencia, de que el hombre tiene un cuerpo, es decir, su parte material; pero que también posee algo que le es distintivo y le proporciona todas aquellas propiedades únicas del ser humano, y este es su espíritu, el que se encarga de realizar las funciones propias de las potencias específicamente humanas.

Es decir, el individuo, como persona, es un ejemplar de la naturaleza humana, dotado de todos los elementos constitutivos del hombre: cuerpo y alma, inteligencia y voluntad, unidos en una unidad sustancial para formar un todo único e indivisible, capaz de vivir una vida propia, completa y autónoma. En la indefinida categoría de la naturaleza humana, el individuo es un caso humano único e incommunicable. El hombre es la materia más perfectamente organizada y el espíritu más estrechamente mezclado con la materia¹⁰.

Y es en esta dualidad humana, en donde se destaca como principio de vida, el espíritu, el alma, que contiene las facultades que distinguen al hombre de los demás seres, la "inteligencia y la voluntad son, pues, las facultades capitales del hombre; si la inteligencia es la facultad superior que guía y determina a la voluntad, la voluntad es la facultad práctica que realiza los actos de la inteligencia. La una depende de la otra, la una existe por la otra; sin la obra de la voluntad el ideal de la inteligencia permanece inerte y vano, sin la guía del entendimiento, la acción de la voluntad es ciega y destructora de la personalidad. La inteligencia halla y fija la meta de la vida humana: en el principio es la palabra. Pero la palabra no se hace carne y persona, si la voluntad no se posesiona del ideal y r.o lo traduce acto por acto, en la realidad viviente. Sólo así nace y se completa la persona humana"¹¹. Se puede concluir, por tanto, que la inteligencia es aquella facultad que rige las funciones que tienen como su objeto la verdad, a través de la razón, del entendimiento; mientras que la voluntad es la potencia superior que tiende hacia el bien, siempre y cuando se actúe con libertad, con intencionalidad.

9 *cf.*, GARCÍA ALONSO, L., *Ética o Filosofía Moral*, p.59-60

10 *cf.*, GNOCCHI, C., *Restauración de la persona humana*, p. 33. 128

11 *ibidem*, p. 68

En todos los actos humanos intervienen estas dos facultades, para que se puedan considerar realmente humanos y no del hombre o instintivos. Esta unidad antropológica del hombre, da lugar a la dignidad de toda persona humana en cuanto tal, como un ser superior a los demás; gracias a estas facultades propias y únicas del hombre entre los seres creados del mundo.

"Por el hecho de tener - lo que supone el poscer, también, entendimiento - es el hombre persona. Ser persona es un rango, una categoría, que no tienen los seres irracionales. Esta prestancia o superioridad del ser humano sobre los que carecen de razón es lo que se llama dignidad de la persona humana, que es completamente independiente de la situación en que un sujeto pueda hallarse y de las cualidades que posea"¹². Entonces, si es una característica de superioridad, debe respetarse como tal, y no desconocer o deteriorar por ningún motivo, no tener un mal uso de la ella, pues sí así sucediera, se estaría atentando contra la propia naturaleza humana.

Este signo de superioridad se establece como tal porque el hombre posee libertad, ya que la libertad es el signo más grande de la dignidad humana; pero esta dignidad, por ser lo que es, pone los límites justos a la libertad; por la sencilla razón de que el hombre tiene su fin, y de que no vive aislado, sino en sociedad, en la que cada uno de sus miembros tiene esa misma dignidad humana¹³.

A partir de estos elementos, podemos concluir, que la persona, que el hombre se caracteriza por ser una substancia individual, es decir, única e irrepetible, que posee facultades específicas y exclusivas del hombre, y éstas son la inteligencia y la voluntad, que a su vez abarcan la libertad, la intencionalidad y demás rasgos esenciales, dados por el espíritu humano, pero que también tiene una parte material, corpórea, que debe respetar y armonizar con la espiritual, pues el hombre es una unidad indivisible.

1.1.2 La persona un ser en sociedad

El hombre por naturaleza es un ser social, y por lo mismo vive y se desarrolla como persona dentro de una sociedad. No puede subsistir de modo aislado, necesita incorporarse a una

¹² *Id.*, MILLÁN PUELLES, A., *Persona humana y justicia social*, p. 15-16

¹³ *Id.*, BRAJNOVIC, L., *Deontología Periódica*, p. 151

sociedad y vivir en ella, relacionándose con los demás hombres, para perfeccionarse y funcionar como un grupo, en el que todos necesitan de todos, y deben procurar el bien común sin distinción alguna.

Hay que diferenciar la naturaleza social del hombre, como una de las propiedades o atributos insustituibles, es decir, el atributo humano de vivir en relación con los demás, de convivir, de establecer una intercomunicación con los demás hombres; es decir, la relación que entre ellos establece la propia naturaleza humana y que se expresa, ya por gestos o por actos, ya por símbolos o por hechos convencionales, pero que alcanza su expresión superior en el lenguaje¹⁴. El hombre siempre ha buscado la forma de comunicarse, de relacionarse con los demás, de acuerdo a su naturaleza social, y el lenguaje ha sido el principal instrumento para la consecución de este objetivo.

A partir de estos conceptos vemos, cómo el hombre es un ser social, que además de ser un individuo con características propias, responde a una necesidad humana, que es la de insertarse en un grupo y funcionar como un agente social dentro de éste, es decir, cumplir y ejercer un rol determinado dentro de su sociedad, como un modo natural de desarrollarse y de realizarse como ser humano.

Sin embargo no hay que olvidar esa individualidad, pues aunque el hombre necesita vivir en sociedad e identificarse con ella, necesita también distinguirse dentro de ella, ser un yo con una personalidad definida, contando con el respeto y reconocimiento de los demás. A su vez, se requiere que él reconozca y respete a los otros como individuos¹⁵, y con esto se quiere decir, que hay que evitar ante todo la masificación de las personas, ya que aunque se es un ser social, también se es un ser individual, único e incommunicable, que debe ser respetado, para que funcione en su grupo de forma adecuada y así propiciar la armonía y el desarrollo idóneo de todos los miembros de una sociedad.

Hemos mencionado cuáles son los rasgos característicos del ser social del hombre, pero ¿qué es sociedad?, es decir, qué es este órgano en el cual la persona vive y se desarrolla como tal. Se

¹⁴ cfr., VILLALPANDO, J.M. *Filosofía de la educación*, p.64-66

¹⁵ cfr., VENTURA CAPILLA, M.T., *¿Hombre?*, p.106-107

puede considerar a "la sociedad como el campo de las relaciones intersubjetivas, o sea de las relaciones humanas de comunicación y, por lo tanto, también la totalidad de los individuos entre los cuales existen estas relaciones"¹⁶. Es decir, un grupo de personas que viven en un mismo contexto histórico social, pero que a su vez tienen esa individualidad característica de cada uno, que al establecer relaciones uno con otros, se va a producir un efecto de mutua influencia y participación entre los miembros de dicho grupo.

Con base en esto, hay que señalar que la sociedad no podría ser tal sin los individuos que la conforman, pero éstos necesitan de esa sociedad para vivir de acuerdo a su naturaleza humana, por ello "es en sociedad como el hombre puede realizarse íntegramente, pues es un ser necesitado de los otros hombres; para existir los necesita, tanto como para desarrollarse, los necesita hasta para aprender a comportarse humanamente"¹⁷, es por ello que no podemos referirnos de la persona humana, sin mencionar su ser social.

1.1.3 Persona moral

Como ya se explicó, la persona tiene una dimensión moral como parte integrante de su ser natural, y esta dimensión no puede ser ignorada o disminuida en la actuación de cada hombre.

"La persona moral compete a todo hombre, pues él al poseer como facultades superiores el entendimiento y la voluntad, lleva consigo la libertad, es decir, que es capaz de sentir necesidades morales, tanto con relación a su cuerpo como respecto a su espíritu, y que, por ello, tiene también, derecho a satisfacer esta doble clase de necesidad"¹⁸, al realizar actos humanos que vayan de acuerdo a los principios morales que deben regir la actividad humana.

Para fundamentar la moralidad de la persona y por lo mismo su ser moral, es necesario, recurrir a la actividad del hombre, ya que ésta es una manifestación esencial y permanente de su naturaleza, y debido a esto el hombre, es por sí mismo, un sujeto moral¹⁹; puesto que toda

¹⁶ ABBAGANO, N., *Diccionario de Filosofía*, p. 1037

¹⁷ VENTURA CAPILLA, M.T., *op.cit.*, p. 105

¹⁸ MILLÁN PUELLES, A., *op.cit.*, p. 14-15

¹⁹ *apud.*, *cf.*, VÁZQUEZ FERNÁNDEZ, F., *op.cit.*, p. 29

actividad humana, todo acto humano es moral, es decir, es bueno o es malo, pues en él intervienen la inteligencia y la voluntad como rectores de esa acción.

I.1.3.1 La persona en relación con la Ética.

Se ha dicho que el hombre tiene como un atributo esencial a su naturaleza la moralidad de sus actos, entonces sí se trata de moral, se alude directamente a la Ética, es decir a la ciencia que va a estudiar, mediante un método, la bondad o maldad de los actos humanos en relación con el último fin. De aquí surge la trascendencia de explicar la relación que se presenta entre la persona y la Ética como ciencia, entonces surge la pregunta ¿cuándo el hombre es persona?, sólo desde la Ética parece tener respuesta: cuando es libre, racional, tiene fines humanos y sabe decidir por sí mismo²⁰. Vemos pues, el lugar de esta ciencia en la vida de todo hombre, debido a que gracias a ella el hombre puede convertirse en persona, mediante el ejercicio de sus facultades específicamente humanas, y en especial de su libertad, ya que ésta le da un rasgo único al hombre sobre todos los demás seres creados.

La persona humana - cualquiera que sea su grado de cultura y de civilización - posee un sentido ético o moral. Este sentido está estrechamente unido a los actos voluntarios, en cuanto los califica, con cierta seguridad y certeza, como buenos o malos. Esta facultad nata de la persona humana forma y perfecciona poco a poco, a lo largo de su ejercicio práctico, lo que se denomina criterio moral²¹, que se refuerza con los fundamentos que la Ética como ciencia le proporciona al conocimiento del hombre, acerca de la moralidad, sus actos y la voluntad como facultad que regula en coordinación con la inteligencia la acción humana, caracterizada por ser una acción libre, con poder de decisión.

"La persona, por su libertad, en virtud de la cual tiene el dominio de su propia acción y es dueña de su destino, emerge sobre la naturaleza, reino de la necesidad: sólo la criatura racional tiene dominio de sus actos, moviéndose libremente a obrar, las demás naturalezas por lo que se refieren a sus obras propias más son actuadas que actúan. La persona por ser espiritual, es responsable

²⁰ *Ibidem*, p. 25

²¹ *cf.*, BRAJNOVIC, L., *op.cit.*, p. 43

y se inscribe inmediatamente en un orden ontológico-moral en el que es siempre ella misma"²²; es fundamental tener claro este concepto, es decir, que no por el hecho de seguir los principios éticos, la persona va a dejar de ser libre, sino al contrario, por su libertad el hombre tiene el poder de decisión de seguirlos o no, pero a costa de ir en contra de su propia naturaleza, que como ya se dijo es eminentemente moral.

Entonces, por lo mismo, el hombre está sujeto a dos estructuras morales, que le van a indicar cómo debe actuar y hacia dónde debe dirigir sus actos humanos; estas estructuras son básicamente la ley moral y la conciencia, la primera es eminentemente objetiva y la segunda es subjetiva, pues depende de cada sujeto en particular. Es necesario destacar en este aspecto, que la conciencia de la que se trata, no es la conciencia psicológica, es decir no es únicamente el estar en la presencia y en el control del alma, sobre los propios estados y los propios actos; sino que es el juicio sobre su disconformidad o conformidad con un ideal propuesto antes de actuar, es decir, se analiza el bien o el mal que va a traer consigo determinado acto en relación con la misma persona que lo realice²³.

Por último, hay que mencionar que "es en la dignidad de la naturaleza humana donde se encuentra el fundamento antropológico de la Ética o Filosofía Moral, pues de ella deriva la debida conducta que el hombre debe observar para actuar en conformidad con la ley natural"²⁴, reiterando la trascendencia del respeto a esa dignidad que afecta a todo hombre, por el sólo hecho de serlo.

1.1.3.2 Los actos humanos y su moralidad

Para entender lo que son los actos humanos, hay que definir, en primera instancia, qué son los actos del hombre y su diferencia con los actos humanos, que son los que van a estar dirigidos por la Ética.

²² KRAMSKY STEINPREIS, C., *Antropología Filosófica Tomista*, p. 489

²³ *cf.*, GNOCCHI, Carlo., *op.cit.*, p. 197-198

²⁴ VENTURA CAPILLA, M.T., *op.cit.*, p. 106

Es un hecho innegable, que existe un conjunto de conductas y realizaciones humanas que están afectadas por el carácter moral; son moralmente buenas o moralmente malas, entonces se está tratando de los actos humanos, es decir, de aquellos que son originados en la parte más típicamente humana del hombre, esto es, en sus facultades específicas, como son la inteligencia y la voluntad que conlleva la libertad, es decir son ejecutados consciente y libremente; mientras que los actos del hombre carecen de conciencia y/o de libertad, y por lo mismo son más sujetos a la parte instintiva, sensitiva del ser humano.²⁵

Hay que señalar, que en la persona, lo que radical y más íntimamente la constituye es su propio acto de ser (actualidad de toda forma o naturaleza). No lo será ni la totalidad, ni la racionalidad, ni la incomunicabilidad; puesto que todas estas propiedades son reales en la persona en cuanto que está realizada desde su centro por su propio acto de ser, que es raíz de todas sus perfecciones²⁶; esto quiere decir, que hasta que la persona no es, no se actualiza, no lleva a cabo actos, todas sus demás propiedades tampoco van a alcanzar su perfección, sólo cuando el hombre actúa se realiza, por ello la relevancia de que esos actos sean moralmente buenos y cumplan con los principios éticos básicos; y de acuerdo con este cumplimiento se podrá hacer referencia a la responsabilidad personal de cada individuo.

1.2 La moralidad de la persona y su enlace con la educación

Como ya se ha estudiado, es evidente la trascendencia de la dimensión moral de cada persona en cuanto a su realización como tal. Entonces, sí se fundamenta la educación de la totalidad de la persona, se tiene que incluir en ella la educación moral, puesto que como ya se dijo, esta dimensión es un atributo inmutable en el hombre, y por lo mismo no puede ser apartado de esa totalidad humana.

Así el hombre y su aspecto moral deben ser educados, sí realmente lo que se desea es una formación integral de toda la persona. Además la dimensión moral es fuente de perfección, ya que conduce a la plena realización del hombre, al tender hacia el bien y por lo mismo a la perfectibilidad humana.

²⁵ cfr., GUTIÉRREZ SÁENZ, R., *Introducción a la Ética*, p. 53-54

²⁶ cfr., KRAMSKY STEINPREIS, C., *op.cit.*, p. 490

Una educación que se encuentre separada de la moral, no se puede llamar propiamente educación, pues se estaría reduciendo la naturaleza del hombre y de la educabilidad, que tiene como uno de sus pilares la formación de valores, la tendencia hacia el bien y por lo tanto hacia la perfección de todos y cada uno de los hombres. Aunado a ello, que el valor, característico de la dimensión moral de toda persona, es fundamento y punto de partida para una formación completa.

Es por ello, que al conceptualizar a la educación, no se puede desligar a ésta de su carácter esencialmente moral y como consecuencia ético.

1.2.1 Concepto de educación

De la misma forma que es difícil poder definir a la persona humana, es complicado encontrar una definición que abarque todos los aspectos relacionados con la educación del hombre y su perfección, a pesar de las ya muchas descripciones que sobre esto han realizado a lo largo del tiempo distintos personajes relacionados con el ámbito educativo y la Pedagogía.

Sin embargo es necesario adquirir un concepto de educación, lo más completo posible, para sustentar el proceso de perfección y por lo tanto educativo del hombre. A continuación se exponen distintas definiciones, de algunos autores, acerca de lo que ellos consideran que es la educación, partiendo de ellas con el fin de elaborar un concepto personal.

"El análisis etimológico pone de manifiesto que educación proviene, fonética y morfológicamente, de educare (conducir, guiar, orientar,); pero semánticamente recoge, desde el inicio también, la versión de educere (hacer salir, extraer, dar a luz)" 27 . Podemos, desde este punto de vista, considerar a la educación como la ciencia que va a conducir a que cada persona pueda actualizar, hacer salir lo que potencialmente está en el hombre, y al convertir todo aquello en acto, por lo tanto lo está perfeccionando.

27 SANTILLANA., *op. cit.*, p. 475

Para Víctor García Hoz, "la educación es el perfeccionamiento intencional de las facultades específicamente humanas"²⁸. Es un perfeccionamiento, y por lo tanto implica un bien y actualización de las potencias superiores del hombre. Es intencional, con esto quiere decir, que tanto el sujeto que va a educar como el que va a ser educado deben tener la intención, la voluntad o el querer perfeccionarse, pues si no tiene este elemento básico, ya no será educación sino simplemente instrucción. De las facultades específicamente humanas, esto es, de la Inteligencia y la voluntad, pues en estas potencias la educación tiene su fundamento, gracias a ellas el hombre tiene como característica única y personal la educabilidad, es decir, que sólo el hombre es educable.

Por otro lado, para Oliveros F. Otero, "la educación es una modificación personal en la dirección de la mejora, del desenvolvimiento de las posibilidades del ser humano o de un acercamiento del hombre a lo que constituye su propia finalidad"²⁹. Comparando esta definición con la anterior, se observa como tiene elementos semejantes, pues menciona una mejora que es sinónimo de perfeccionamiento; de las posibilidades del ser humano, de sus facultades específicas; y con una finalidad que conlleva una intención de querer alcanzar o lograr algo.

Pero no podemos mencionar simplemente a la educación, sin hacer referencia a su rasgo totalizador, integrador, ya que si lo que se busca es la perfección del hombre en todos sus aspectos se debe de decir que la educación en cuanto tal debe ser integral, lo que implica dar a cada hombre toda la cultura, toda la perfección, en las proporciones que le sea posible asimilar en todos los aspectos que como ser humano en proceso de ser persona debe desarrollar³⁰.

Es así como esta educación integral, debe abarcar la dimensión individual y la dimensión social de todos y cada uno de sus educandos, pues si se abarca sólo una de ellas, se estaría reduciendo la naturaleza humana y por lo tanto su formación integral. A este respecto, Luiz Alves Mattos, presenta una categorización de la educación en dos aspectos:

28 *opud.*, *ibidem.*, p. 476

29 FERNÁNDEZ OTERO, O., *Educación y manipulación*, p. 28

30 *cf.*, VILLALPANDO, J.M., *op.cit.*, p. 146

1. Como *proceso social*, la educación consiste en la transmisión constante de los valores del patrimonio cultural de la generación adulta a la nueva generación, con el fin de asegurar la continuidad de la cultura y de la organización social, así como la revisión constante de estos valores.

2. Como *proceso individual*, la educación consiste en la asimilación progresiva, por cada individuo, de los valores, conocimientos, creencias, ideales y técnicas existentes en el patrimonio cultural de la humanidad, así como el campo de los métodos que llevan a crear valores culturales y sociales nuevos.³¹

Entonces, se puede considerar a la educación, como un proceso que lleva a la persona a su perfección y superación personal, abarcando todos los rasgos esenciales de su naturaleza humana, para poder ser integradora, y para que la persona actúe en sociedad y se desarrolle individual y socialmente. Siempre la educación va a velar por el desenvolvimiento hacia la mejora de todas las potencias humanas.

1.2.2 La educación como proceso de formación humana

El núcleo o centro de la formación humana es la educación, ya que gracias a ella, el ser humano crece y se desarrolla como persona, es decir, como el mismo adjetivo lo dice, se forma, toma una forma determinada, pues todos aquellos accidentes que caracterizan a su substancia se modifican hacia una mejora integral.

Es esta formación la que va a proveer al individuo de los valores y bienes necesarios para que se desarrolle plenamente como individuo y como miembro de una comunidad; es por esto que la educación es un proceso general que envuelve a la sociedad y al hombre. Es la preocupación de todas las colectividades desde que la supervivencia de la vida social, su continuidad, estabilidad y progreso dependen fundamentalmente de ella. Una sociedad sobrevive, tiene continuidad y progresa si sus valores culturales fueron transmitidos a las nuevas generaciones confiriendo

³¹ DE MATTOS, L.A., *Compendio de Didáctica General*, p.20-21

cierta identidad entre pasado y presente³²; formando así a todas las personas que vivieron en esta comunidad.

En este proceso de formación, la persona va a crecer, es decir, va a dar de sí al máximo, como una unidad interior que se exterioriza, crece en unidad y coherencia, en integridad. Se crece en riqueza interior, en intimidad personal, en sociabilidad o capacidad de apertura, en el recto uso de la libertad; en resumen, se crece en autodeterminación, en compromiso y en libertad³³.

1.2.2.1 La educación y la metafísica de la persona

La actividad educativa, por ordenarse a la perfección integral de la persona humana, o lo que es lo mismo, a que ésta obtenga la plenitud y el acabamiento por medio de la actualización de sus virtualidades naturales, necesita de un conocimiento profundo de la persona. Esto lo proporciona la metafísica de la persona; que va a explicar cómo es y cómo debe ser la persona, en el sentido de cómo puede comportarse de acuerdo con lo que es, y, por ello, de un modo más individual, siendo más completamente un <<yo>>, ayuda a su educación, es decir, al desarrollo de la persona en orden a su perfección.³⁴ Es necesario conocer la metafísica de la persona, destacando en el aspecto educativo, la categoría que le permite estar dispuesto a este proceso de desarrollo.

"La persona por el sólo hecho de serlo, posee una capacidad innata para educarse, a la que se le conoce como educabilidad, la cual va a determinar el grado de perfección que cada individuo puede alcanzar; ya que la acción educativa va a favorecer que el hombre se eleve de una categoría de mero individuo, a la de persona; así, en la medida en que se cultive como persona, adquiere mayor o menor dignidad humana"³⁵; y por lo mismo, su condición de hombre se va a ver modificada hacia la perfección, en un nivel meramente accidental, nunca substancial, pues la persona en sí misma siempre va a ser igual.

32 NERICI, I.G., *op.cit.*, p. 47

33 *cf.*, GONZÁLEZ SIMANCAS, J.L., *Educación, libertad y compromiso*, p. 31-32

34 *cf.*, GARCÍA HOZ, V., *et al.*, *El concepto de persona*, p. 68

35 VILLALPANDO, J.M., *op.cit.*, p. 155

Hay que tener muy claro que la educación, es una realidad que acaece sólo en el hombre, es una realidad constitutivamente humana; el hecho de que el hombre sea educable presupone en el hombre la existencia de una categoría típicamente humana, la educabilidad, que no pertenece a ninguna de sus potencias, ni siquiera a las potencias espirituales, sino a lo más radical y unitario que tiene el hombre: el núcleo espiritual de su persona³⁶, por lo mismo es una categoría que pertenece a su ser ontológico y metafísico, propio y único del ser humano.

"Se ha dicho que la educación va a modificar al hombre, es algo que incide, que entra en él, pero él es anterior a la educación, el hombre subsiste tenga o no educación, mientras que la educación necesita del hombre para tener alguna realidad; así la educación en cuanto perfeccionamiento, implica una modificación del hombre, pero no un cambio substancial, sino accidental, categoría que adquiere la educación en general"³⁷. Es verdad que el hombre no necesita de la educación para poder vivir, pero sí para perfeccionarse y alcanzar un grado de dignidad mayor, para convertirse en persona, ser superior; pues el hombre es finito, limitado, imperfecto, por lo que sólo puede formarse y madurar por medio del proceso educativo.

Hay que recordar que el hombre va a perfeccionar sus facultades específicamente humanas que son las aptitudes, disposiciones, funciones y capacidades, es así que se puede hablar de una educación especializada para cada una de ellas, causa de que exista una educación intelectual que hace referencia a la inteligencia, una educación moral que se refiere de modo inmediato a la voluntad, etc.³⁸ Sin embargo a pesar de que sí existe esta división de la educación, en la realidad de la persona humana no se puede separar de forma radical, ya que ella es una totalidad y como tal una facultad humana influye en la otra y así unas con otras; la educación tiene por tanto, un sentido personal y un sentido unitario, pues no se educa a la naturaleza humana, sino a cada persona humana, es decir, cada realidad subsistente en esa naturaleza; y por otra parte, no se educa algún aspecto del hombre: se educa todo el hombre³⁹.

36 *cf.*, SAN CRISTOBAL SEBASTIÁN, A., *Filosofía de la educación*, p. 29

37 GARCÍA HOZ, V., *Cuestiones de Filosofía individual y social de la educación*, p. 13-14

38 *cf.*, *ibidem*, p. 20-22

39 *cf.*, FERNÁNDEZ OTERO, O., *op.cit.*, p. 32

Al analizar a la educación desde un punto de vista metafísico, de acuerdo a la naturaleza propia del hombre, se encuentra que las causas de la educación en cuanto tal son, como las conceptualiza García Ho:40 :

1. De algún modo el hombre es la causa material de la educación, ya que ésta se verifica en aquél, en tanto que él es, por así decirlo, el sujeto que sustenta a este accidente que se llama educación. Esto quiere decir, que la causa de la educación está en la posibilidad de perfección que el hombre tiene; es decir, la capacidad que el hombre tiene para adquirir la perfección.

Pero la perfectibilidad humana no radica en la esencia del hombre, porque entonces la educación implicaría una modificación esencial, sino que radica en los principios inmediatos de actividad que el hombre tiene: esto es, en las facultades específicamente humanas, que serán la causa material inmediata de la educación, mientras que la persona humana es la causa material mediata.

2. El perfeccionamiento adquirido por el hombre es la causa formal de la educación, pero, para que esas perfecciones adquiridas se computen como educación, han de ser adquiridas voluntariamente, y propiamente ésta será la causa formal, pues, el hecho de que hayan sido estas perfecciones adquiridas por influjo de una voluntad es lo que formalmente constituye a estas perfecciones en educación o hechos educativos.

3. La voluntad, previo el ejercicio del entendimiento, que es capaz de conocer el fin de las facultades, puede orientar libremente toda actividad de las facultades educables hacia el logro de su perfección, con base en esto, se puede afirmar que la voluntad es la causa eficiente de la educación, que en relación con el entendimiento realizan el acto educativo.

4. Cuando se dice que la educación es perfeccionamiento voluntario, se afirma implícitamente que es una operación racional, ya que todo acto es voluntario en cuanto iluminado por la razón. Por esta cualidad de racional, toda operación, y, por consiguiente, la educación, postula el conocimiento de un fin. Es decir, obramos racionamente cuando conocemos el fin por el cual obramos. La educación aspira a la perfección de las facultades; por consiguiente, la perfección de

40 id., GARCÍA HOZ, V., Cuestiones de Filosofía individual y social de la educación, p. 17-23, 30-48

la inteligencia y la perfección de la voluntad son fines (causa final) de la educación en cuanto las conocemos como perfecciones.

"La metafísica de la persona prueba, por consiguiente, que el fundamento de la educación, o ayuda a la maduración de los atributos esenciales de cada persona humana, es la persona. Además, la misma metafísica demuestra que, en la fundamentación radical y última del proceso educativo, debe colocarse el ser, que es el constitutivo formal de la persona"⁴¹; ya que la causa a partir de la que se origina el proceso de formación es la persona misma.

1.2.3 La Didáctica como medio de perfección

La educación, para su plena realización, se vale de distintos medios para alcanzar el mejor desarrollo del proceso educativo, y el pilar de estos medios es la Didáctica, ya que ésta es la disciplina pedagógica de carácter práctico y normativo que tiene por objeto específico la técnica de la enseñanza, esto es, la técnica de incentivar y orientar eficazmente a los alumnos en su aprendizaje; valiéndose de un conjunto sistemático de principios, normas, recursos y procedimientos específicos que todo profesor debe conocer y saber aplicar para orientar con seguridad a sus alumnos en el aprendizaje de las materias de los programas, teniendo en vista sus objetivos⁴²; todo esto en vías de alcanzar la plenificación del educando.

La Didáctica es la orientación segura del aprendizaje, la que nos dice cómo debemos proceder a fin de hacer la enseñanza más provechosa para el educando, cómo debemos proceder para que éste quiera educarse; debe conducir a la realización plena, a través de una orientación ajustada a la manera y a la capacidad de aprender de cada uno, acompañada de comprensión, de seguridad y de estímulo⁴³; de esto se deriva el que sea un medio de perfección, ya que va a proveer de los recursos materiales y técnicos, en ocasiones humanos, que van a facilitar el proceso de desarrollo de las personas sujetas a la educación como sistema organizado.

41 GARCÍA HOZ, V., et al., El concepto de persona, p. 91

42 cf., DE MATTOS, L.A., op.cit., p.24-25

43 cf., NERICI, I.G., op.cit., p. 59

La Didáctica, como parte del proceso educativo, se va a ver de la actividad instructiva formativa, que busca la adquisición del saber, aumentar la perfección del entendimiento del discente, produciendo así el logro de un objetivo establecido⁴⁴; procurando con ella que "el discente tenga referencia a los modos de aprender, relaciones que establece, operaciones de integración y reelaboración de lo aprendido, etc., lo que le permite ir configurando una estructura cognitiva funcional y operativamente más eficaz"⁴⁵, que será la pauta para que el alumno sepa discernir y razonar sobre lo que piensa y lo que hace, teniendo con ello influencia no sólo en la facultad intelectual, sino también en la voluntad.

1.2.3.1 Momentos y elementos didácticos de todo proceso educativo

La educación sistematizada, formal, se va a realizar a través del proceso enseñanza-aprendizaje, para el cual, la Didáctica ha establecido una serie de momentos y elementos útiles como medios para que el proceso se lleve a cabo eficaz y eficientemente, con un orden, que facilite dicho proceso.

Momentos didácticos

En general son cuatro momentos didácticos básicos, que el educador debe tomar en cuenta al cumplir con un proceso educativo, el diagnóstico de necesidades, la planeación, la realización o ejecución y por último la evaluación; que establecen cada uno de ellos, los lineamientos y normas básicas para lograr el máximo rendimiento y logro del proceso educativo.

El diagnóstico de necesidades, va a procurar ofrecer una detección de las principales carencias o requerimientos, que sobre algún aspecto educativo se presente en una situación educativa específica, es decir, en un lugar y tiempo determinados. Este momento es primordial para el proceso enseñanza-aprendizaje, pues, a partir de él se derivan las características y rasgos especiales que deberán incluir los demás momentos, en la satisfacción de esa necesidad, dentro de dicha situación educativa.

44 *Ibidem*, p. 106

45 SANTILLANA., *op.cit.*, p. 807

La planeación, va a consistir, dentro de un sistema escolar en "la previsión inteligente y bien calculada de todas las etapas del trabajo escolar y de programación racional de todas las actividades, de modo que la enseñanza resulte segura, económica y eficiente"⁴⁶. Es en este momento, en donde se tienen que elaborar y estructurar todos los planes y programas educativos, de todo un nivel escolar o de cada asignatura según sea el caso.

El tercer elemento es la realización, que va a comprender la aplicación de todo lo anteriormente planeado, en esa situación educativa específica. Esta actualización de lo planeado implica una labor educativa tanto del docente como del discente, ya que ambos integran lo que es el sujeto del proceso educativo.

Por último es la evaluación, que se lleva a cabo, una vez que ya se realizó lo planeado, por medio de la verificación y valoración de cómo se ejecutó el proceso, controlando aquello que no se haya cumplido, para realizar posibles mejoras a dicho proceso educativo.

Elementos didácticos

Los momentos didácticos, deben considerar en su desarrollo a todos los elementos didácticos del proceso educativo. Estos elementos están formados por los sujetos de la educación, por lo que se quiere lograr con dicho proceso, lo que se va a proporcionar como materia de educación, la metodología que se va a utilizar para facilitar el aprendizaje, los medios para lograrlo, así como el lugar y el tiempo de realización del proceso.

Los actores del PEA, comprenden los sujetos del proceso educativo, es decir, el educador y el educando, que son la causa material de este proceso.

Una vez que ya se tiene bien claro quien es nuestro educando y quién el educador, es necesario establecer lo que se desea alcanzar, es decir, especificar los objetivos, metas o propósitos que se desean obtener a lo largo del proceso.

⁴⁶ DE MATTOS, L.A., *op.cit.*, p. 100

Contando ya con los objetivos bien claros, se estructuran los contenidos, la información, los datos que se van a proporcionar al educando, y que éste va a asimilar e incorporar a su aprendizaje.

Pero para proporcionar estos contenidos, es necesario saber la forma en que lo voy a lograr, para ello se recurre a una metodología, es decir a todos los métodos, técnicas y procedimientos empleados en el proceso, como medios e instrumentos facilitadores del aprendizaje.

Esta metodología va a utilizar un conjunto de recursos didácticos, para eficientar su función facilitadora, además de propiciar en el alumno la retención y fijación de su aprendizaje, ya que se vale de medios materiales, tangibles, que son pauta para la abstracción y comprensión mayor de los contenidos.

Por último, es necesario especificar el lugar y el tiempo que este proceso va a aprovechar en su realización, es decir, el espacio físico y el horario en el que se va a llevar a cabo el proceso educativo como tal.

1.2.4 La educación moral, impulso hacia la perfección

Si la moral es una dimensión de la persona, irreductible a cualquier otra dimensión, parece inferirse que una educación que se preocupe por la formación y desarrollo de la integridad personal, de la totalidad de la persona, no puede prescindir de una de sus dimensiones; si a eso añadimos que la dimensión moral es lo más genuino, lo que más caracteriza el ser personal; no puede entenderse que la educación pueda descuidar un ámbito humano tan importante;⁴⁷ como factor plenificador de la vida humana.

"El hombre, mediante su actividad, debe perfeccionarse a sí mismo, ayudar a los demás a perfeccionarse y perfeccionar el universo"⁴⁸, entonces, si por medio de la educación se busca la perfección, será por medio de la moral que rige la actividad humana, como obtendrá un incentivo, una fuerza hacia esa plenificación.

⁴⁷ cf., GARCÍA HOZ, V., et al., El concepto de persona, p. 186

⁴⁸ GARCÍA ALONSO, L., op. cit., p. 61

La educación moral, es ante todo, capacitación para el ejercicio de la libertad; este ejercicio, esta actuación; equivale justamente a la materia tan específica de la acción formativa, y la manera en cómo puede operar la educación es a partir de la actuación misma, oncauzándola hacia el bien, impidiendo la acción mala, formando la conciencia del deber hacia lo positivo, robusteciendo el sentido de responsabilidad. La vida toda del hombre, por tanto, tiene una dimensión moral; y ennoblecera sin término, es el afán de la educación. En el contenido de toda la educación, como en la finalidad de esa educación, está el sentido moral; toda educación reconoce su esencia suprema, que es la integración del ser humano; pero tal integración no puede llevarse a cabo, al margen de la naturaleza esencial del hombre, que es la moralidad⁴⁹; es por ello que en este proceso de perfección, de realización humana, el hombre no puede ignorar o disminuir el valor de la educación moral, tiene un compromiso y una responsabilidad de educarse moralmente.

La perfección que alcance por medio de la formación moral, toma tres direcciones básicas, que en toda educación moral se deben atribuir⁵⁰:

1. Clarificación valorar, es decir, que la clarificación de los valores capacita a los individuos a decidir qué es lo que ellos estiman en la vida.
2. Educación de las virtudes morales, es una preparación para realizar acciones virtuosas. Para conseguir la virtud se necesita una constitución normal de la persona, un recto aprendizaje y el ejercicio o la actividad continuada; fortaleciendo con ello la capacidad que la persona tiene de obrar rectamente con libertad, por su adhesión voluntaria a los valores fundados en la tendencia al bien y al cumplimiento de los deberes que ellos nos exigen.
3. El desarrollo del conocimiento moral, en el que se busca potenciar el desarrollo del juicio moral.

Entonces, podemos considerar que la finalidad de la educación moral debe ser obtener la madurez de una conciencia moral abierta a la llamada del deber general y el deber individual, con la fuerza suficiente sobre la voluntad para conducirla a hacer el bien. También tiene por finalidad la formación del carácter moral, del sentido de responsabilidad y de la disposición a la acción, a

49 cf., VILLALPANDO, J.M., op.cit., p. 416, 422, 425

50 cf., GARCÍA HOZ, V., et al., El concepto de persona., p. 187-191

través de una voluntad desarrollada y regida por normas morales, que conduzcan el juicio claro de la persona en la realización de sus actos⁵¹.

1.2.4.1 El valor como fundamento de la educación

Para comprender por qué el valor implica un fundamento de la educación humana, es necesario, mencionar que valor es todo lo que responde a las necesidades y tendencias del hombre; aquello que cumple con los requerimientos básicos del hombre en su desarrollo; es así como los rasgos axiológicos son determinantes de la educación.⁵² Es decir el valor es el ser en cuanto lo sentimos y apetecemos desde el punto de vista de su perfección, cuando un ente mueve nuestras tendencias y nuestra voluntad; hacia esa perfección que nos va a ser mejores en cuanto hombres y en la medida que nos estemos educando, pues el valor no se alcanza hasta su realización en el acto⁵³.

"La educación debe potenciar la fuerza de la voluntad en la prosecución de su deber, y en esto consiste la virtud, si se debe hacer algo es porque ese algo es valioso y, en cuanto el valor dice relación al sujeto, podemos decir que la virtud es la apropiación de lo valioso"⁵⁴; la educación moral tiene como fundamento o punto de partida el valor, pues aquello que es bueno y por lo tanto tiene valor, es lo que el hombre busca cuando actúa conforme a los principios morales. Además que la educación en sí misma ya es un valor, pues proporciona un bien, una perfección.

"El ser de las personas se acrecienta o perfecciona con la bondad moral, que resulta de la realización de los valores, en conformidad con su jerarquía y deber ser"⁵⁵, por lo mismo la educación moral debe partir de ellos para alcanzar ese desarrollo deseado, ya que la formación de la personalidad viene dada por el llamamiento a lo que debe ser, la total plenitud, el contenido específicamente valioso y la realización de los valores en la acción⁵⁶; aspectos que sólo por medio de la educación moral pueden ser desarrollados en su totalidad.

51 *cf.*, HENZ, H., *Tratado de Pedagogía Sistemática*, p. 89, 94

52 *cf.*, *ibidem*, p. 156

53 *cf.*, HENZ, H., *op.cit.*, p. 67, 71

54 SANTILLANA, *op.cit.*, p. 495

55 DERISI, O., *Max Scheler. Ética material de los valores*, p. 141

56 *cf.*, HENZ, H., *op.cit.*, p. 77

1.2.4.2 La moral, parte de una educación integral

El ser moral del hombre, con tener su arraigo en la propia naturaleza de éste, es motivo, como todas las manifestaciones de su persona, de un desarrollo, de una maduración, que lo lleve, de ser un mero elemento social, a la constitución de una personalidad plena. La educación moral, por tanto, ha de reconocerse, igual que las demás formas educativas, como la guía de un proceso integrativo cuyas metas confluyen en el afán unitario de formar la persona del que se educa. En la vida moral y a partir de ella, es donde y cómo se realiza la educación moral. Ésta tiene una meta generalizadora, es decir, que abarca todos los aspectos de la persona en formación. Pero esa finalidad, con ser generalizadora de la formación humana, no desatiende la calidad de dicha integración personal; se da por supuesto, que la vida moral está presente en todos los campos de la actividad humana, porque en todos ellos existe un ambiente social que les sirve de escenario, y en todos ellos también se busca un sentido de valoración y progresos humanos.⁵⁷

La educación es tanto una perfección adquirida por el educando, como la actividad con que dicha perfección se adquiere. Más esa perfección, para ser real, tiene que afectar al sujeto en todas las facultades educables, una de las cuales es la voluntad, sede de la educación moral. No podrá por tanto considerarse integralmente educada a una persona, si le falta una adecuada formación moral, que la incline actual o habitualmente al bien moral. Si se diera en la realidad una educación intelectual que no se inscribiera en un orden moral de esa misma persona, no sería auténtica educación, ni siquiera intelectual; ya que, como se ha dicho, la persona es perfecta en tanto que ordenada al fin y esta ordenación es esencialmente moral, y compete, por tanto, a la voluntad.⁵⁸

Por lo tanto, no se puede argumentar de una educación integral, si ésta no abarca la dimensión moral del hombre, pues ahí estaría dividiendo lo que en la realidad es indivisible, y así se parcializaría lo que es uno, integro.

⁵⁷ cfr., VILLALPANDO, *op.cit.*, p. 415, 417

⁵⁸ cfr., PACIOS, A., *Introducción a la Didáctica*, p.67, 69

1.2.4.3 La controversia moral entre manipulación y educación

Es bien sabido, que en nuestra sociedad hay una influencia considerable de la manipulación, como un contraste con la educación. Para comprender este factor, es necesario en primer lugar señalar qué es la manipulación, para llegar a establecer por qué son totalmente opuestos los conceptos de educación y manipulación.

El fenómeno de la manipulación se refiere básicamente, a una serie de acciones orientadas a deteriorar las bases y condiciones en que se realiza la deliberación intelectual específica del hombre, o dirigidas a desprestigiar irracionalmente cualquier idea contraria a lo que el manipulante intenta inculcar⁵⁹. Esto establece la relevancia de lo que el manipulante desea lograr en quienes está manipulando, sin tomar en cuenta el libre albedrío y por lo tanto la decisión personal de cada individuo, acerca de lo que debe o no realizar, conforme a su criterio personal. Es así como se ve con claridad la contradicción que surge entre lo que es manipulación con lo que es educación, que como ya se estudió, lo que busca esta última es la perfección de cada persona sujeta a este proceso, mientras que en la primera no se respeta la naturaleza humana que es libre, ni tampoco se perfecciona, sino que degrada.

No hay que confundir lo que es esta manipulación, con el simple hecho de manejar con las manos un objeto, como lo podría hacer un científico en un laboratorio, que sólo abarcaría la manipulación de la materia, la planta y el animal, objetos de estudio propios de las ciencias naturales; siendo que lo que aquí interesa es describir la manipulación que el hombre hace de sí mismo, y ejemplos de ésta será la manipulación de la constitución hereditaria, el control de nacimientos, la propaganda, los medios de comunicación social, etc.; es decir, aquellos aspectos propios de las ciencias sociales, en las que la manipulación consiste esencialmente en el control y dirección de los procesos psíquicos de individuos y grupos sociales con el fin de imponer una decisión, actitud o conductas deseadas, reduciendo al mínimo el riesgo de imprevisibilidad en la decisión libre de la libertad, y llevando a cabo el propio plan sin coacción externa y sin amenaza de sanción⁶⁰, pero sí con una clase de coacción interna, que el sujeto no percibe como tal. El educador debe estar alerta de que esta manipulación no se apodere de sus educandos, sino que ellos, con base en la

59 SANTILLANA, *op.cit.*, p. 917

60 *cf.*, BRUGGER, W., *Diccionario de Filosofía*, p. 347

educación integral, puedan discernir y tener un criterio propio sin dejarse manipular por las demás personas; porque gracias a esta educación tendrán la posibilidad de desarrollar su capacidad de juicio y con ello la posibilidad de analizar y reflexionar sobre su actos.

Esta acción manipuladora tiene lugar de muy diversos modos respecto a la educación. Uno de estos casos se presenta en la corriente liberadora de la educación que postula Paolo Freire, en la que la confusión entre acción educativa y acción política es verdaderamente grave, debido a que se reduce el proceso educativo a un mero instrumento político, desvirtuando el verdadero significado de la libertad y de la misma educación. La manipulación presenta siempre una reducción, mientras que la educación real promueve y eleva⁶¹, por eso y como se explicaba anteriormente, no puede existir educación en el sentido real del término, si en el proceso denominado como educativo se produce una manipulación de la enseñanza o del aprendizaje.

García Hoz, en relación con lo que implica la manipulación educativa afirma que hay que partir de que en la medida en que el hombre es un ser libre, la educación se halla al servicio de la libertad, y que, por tanto, <<toda educación es educación liberadora>>⁶², entendiendo a la libertad desde una perspectiva realista, como más adelante se especificará.

En realidad, el problema de la manipulación educativa gira en torno a la falta de conceptualización del término libertad, produciendo una ambigüedad de la liberación; la manipulación semántica de la que ha sido objeto esta palabra, al reducir su significado, absolutizar lo parcial e invertir los valores. De este modo resulta fácil olvidar la verdadera liberación del hombre - la de su miseria moral - y la finalidad de esa liberación. La liberación queda reducida, así, a lo superficial y con frecuencia a lo evasivo, terminario, a veces, el hombre por liberarse de su libertad⁶³, ante esta disyuntiva resalta la necesidad de propiciar una formación moral o ética que defienda ante todo la verdadera libertad, y con ello no afecte a la esencia misma de la naturaleza humana.

61 *cf.*, FERNÁNDEZ OTERO, O., *op. cit.*, p.107-108

62 *ibid.*, *ibidem*, p.108

63 *cf.*, *ibidem*, p. 111

CAPÍTULO II

LA COMUNICACIÓN COMO PROFESIÓN, UNA NECESIDAD ACTUAL

II.1 La comunicación y la información modernas en el proceso educativo.

El proceso educativo, como ya es bien sabido, es aquel proceso que implica una enseñanza por medio del educador y un aprendizaje que realiza el educando. En este acto educativo, uno de los elementos indispensables que se da entre esa enseñanza y ese aprendizaje, es la comunicación, sin la cual sería imposible concebir el hecho educativo, pues el lenguaje es un fenómeno humano, por el cual puede relacionarse con otros seres humanos, sea un lenguaje oral, escrito o de cualquier otro tipo.

Considerando a la comunicación como base para la educación, en el mundo actual, con todos los cambios y progresos científicos, tecnológicos, sociales, etc., surgen los medios de comunicación social, instrumentos útiles en la consecución del logro de los objetivos que la educación se plantea.

Esto quiere decir, que la educación, ya no sólo se va a valer de la comunicación en cuanto tal, para poder servir al ser humano, sino se va a valer del progreso y desarrollo de esta comunicación, para perfeccionar el acto educativo y facilitar, tanto al educando como al educador, cumplir eficientemente con este proceso, puesto que los medios de comunicación social, debido a sus características peculiares, contribuyen a la consecución del aprendizaje, ya que permiten que éste sea más vivencial, que el alumno tenga un contacto relativamente directo con los objetos y situaciones que está aprendiendo.

Los medios de comunicación social, son pues, materiales didácticos que colaboran en la obtención de un mayor y mejor aprendizaje y a que éste sea para el alumno de algún modo significativo. Además que contribuyen en la retención, fijación y comprensión de conocimientos, pues estimulan los sentidos y con ello propician la facilitación en el aprendizaje.

II.1.1 Comunicación y educación⁶⁴

Como ya se mencionó, no puede tratarse de educación sin tomar en cuenta el proceso comunicativo, ya que éste es indispensable para la realización del acto educativo. Paulo Freire afirma que la educación es comunicación, es diálogo, en la medida en que no es la transferencia del saber, sino un encuentro de sujetos interlocutores, que buscan la significación de los significados; por lo tanto, para que sea educación, debe existir una comunicación, pero no una comunicación cualquiera como la podría establecer un animal; sino un proceso de comunicación en el que intervenga la inteligencia y disposición de los sujetos que la realizan, y por lo tanto, que sea una comunicación humana, es decir, el lenguaje.

Todo proceso educativo requiere necesariamente de la comunicación en el sentido específicamente humano, como un proceso en el que emisor y receptor se comportan activamente y están en condiciones de autoexpresarse y, por ende, de dialogar; en donde intervenga la voluntad y la libertad de ambos, puesto que la educación debe propiciar el desarrollo de las potencias específicamente humanas, en busca de la perfección y formación integral.

En la búsqueda de nuevos caminos, la comunicación educativa:

- * Propone la participación de los sujetos involucrados en los procesos educativos suscitando las relaciones dialógicas.
- * Tiende a fusionar la comunicación y la educación que hasta hoy han transitado por caminos paralelos.
- * Procura incorporar, prudencialmente, los modernos recursos audiovisuales como apoyo indispensable, en determinados momentos y acciones, en las actividades educativas.

Mediante la comunicación educativa se busca convertir cualquier situación educativa en una oportunidad para el diálogo entre los participantes en el proceso educativo, para que se enriquezcan mutuamente y no haya espacio para el discurso manipulador, por parte del educador, sino que sea un proceso de retroinformación, en el que el docente le ofrece al discente una serie

⁶⁴ cfr. CORRAL CORRAL, M., Manual de comunicación, p. 78-81

de conocimientos y posibilidades, y con su ayuda y orientación, el educando decide y aprende por sí mismo.

Quienes realizan tareas de comunicación popular, comunicación educativa y/o comunicación participativa, acuden al empleo de los medios de difusión y a los recursos audiovisuales como auxiliares potencialmente útiles, si se les sabe utilizar en su forma y momento oportunos, aspecto que se debe tomar muy en cuenta, debido a que en ocasiones se abusan de estos medios, y en lugar de favorecer el aprendizaje, sólo se bombardea a los educandos de estímulos sensoriales que los confunden y no comprenden los conocimientos que están recibiendo.

Una vez que ya se comprendió la trascendencia de la comunicación como parte integral del proceso educativo, se ofrecen a continuación, una serie de recomendaciones para aquellos que deseen hacer comunicación educativa en cuanto tal, entre los que se encuentran algunos profesionales de la comunicación, que tienen inclinaciones hacia la docencia:

1. Hay una gran variedad de medios tecnológicos y no tecnológicos.
2. No hay un medio que sirva para todo.
3. Debe analizarse previamente la ventaja y desventaja de un medio frente a otro.
4. Debe elegirse el medio que mejor responde a las necesidades y al mensaje que se va a transmitir.
5. Los medios más sofisticados no siempre son los más útiles (en determinado momento un medio de tecnología baja o intermedia puede servir mejor al educador que un medio de alta tecnología).
6. Tener en cuenta, sobre todo, que el principal medio de comunicación es, si se puede hablar así, el hombre mismo en su encuentro con su semejante.

Funciones de la comunicación⁶⁵

La comunicación, elemento esencial para la estructura educativa, comprende en su estructura, una serie de funciones, entre las cuales destacan de acuerdo a la concepción que manifieta Harold Lasswell tres:

1. La supervisión o vigilancia del entorno, ambiente.
2. La correlación o concordancia de las distintas partes de la sociedad en su respuesta al entorno, ambiente.
3. La transmisión de la herencia social de una generación a la siguiente.

A al analizar estas funciones principales de la comunicación en la sociedad y en el hombre que la compone; es lícito relacionar estas funciones con la propia actividad que la educación realiza en la sociedad, puesto que también, - con ayuda de la misma comunicación - procura la supervisión del ambiente, busca esa correlación del ambiente con el ser humano que aprende, y fundamentalmente procura esa transmisión de la herencia social de una generación a la siguiente a través del proceso educativo, que se presenta en la familia, en la escuela, en el desempeño laboral y en cualquier otro ámbito en el que el hombre se desarrolla como persona, sujeto de comunicación y educación.

Con esta tríada de funciones de la comunicación se refuerza su relación con la educación, la cual sin este proceso de comunicación, como ya se mencionó, no podría llevarse a cabo. La educación requiere de la comunicación (verbal o no verbal) para cumplir con sus objetivos y finalidad esencial, y se vale de las funciones propias de la comunicación para cumplir con la meta que establece la educación para alcanzar ese perfeccionamiento humano.

II.1.1.1 Manipulación de la comunicación.

Antes de explicar lo que es la manipulación de la comunicación, es necesario recordar que manipulación, como dice el Doctor Cervós, es la aplicación de métodos y técnicas científico-naturales por parte del ser humano, con el fin de inducirle a actuar de manera inconsciente en una

⁶⁵ cf., MORAGAS, M., Sociología de la comunicación de masas., p. 52

dirección determinada⁶⁶; en contra de su libertad y decisión consciente de sus actos, por lo tanto se puede afirmar que él no está realizando la actividad, sino que está movido por sus impulsos manipulados.

Entonces podemos deducir, como lo señala Niceto Blázquez, que conforme a los medios de comunicación social manipular equivale a intervenir deliberadamente en los datos de una noticia por parte del emisor; a trastocar sutilmente esos datos; de modo que, sin anularlos del todo, den a la noticia un sentido distinto del original, de acuerdo con unos intereses preconcebidos por parte del emisor. Todo esto, además, de tal forma que el receptor no puede percibir esa intervención sin recurrir a otras fuentes de información⁶⁷; por eso se puede lograr el objetivo manipulador del que interviene la información y con ello obtener que las personas manipuladas realicen actos conforme a lo que han sido manipulados, sin respetar al libre albedrío individual y por lo tanto, denigrando la dignidad humana.

En la manipulación de la información se da una intervención de intereses ajenos a la información misma, por la cual ésta es desviada, reformada, omitida, resaltada, disminuida, etc., para que se ajuste a tales intereses en contra de la opinión pública⁶⁸, en ocasiones debido a la libertad desmesurada que se le atribuye a los medios de comunicación, que provoca el mal grave de desorientar acerca de lo que tienen que ser los justos límites dentro de los cuales debe ejercitarse una libertad racional, constructiva⁶⁹; fortaleciendo con ello la formación de las facultades específicamente humanas en consecución de su plenificación.

Es deber, de los profesionales de la comunicación, así como de todos aquellos que tienen un compromiso con esta profesión, fortalecer la información espiritual de la persona, para sustraerla de esa dinámica engañadora de la información cuantitativa y despersonalizante, de la reproducción falsificadora, que produce en lugar de presentar, que fabrica el ser en lugar de dejarlo ser⁷⁰; el comunicador debe difundir honradamente, sobre los hombres y las cosas, ideas justas, simples, precisas y firmes, para que las palabras y la conducta de los ciudadanos estén

⁶⁶ *ibid.*, *cf.*, ALVEAR ACEVEDO, C., et al., *Informar, Comunicar y Servir*, p. 37

⁶⁷ *ibid.*, *cf.*, *idem*

⁶⁸ MARTÍNEZ DE SOUSA, J., *Diccionario de información, comunicación y periodismo*, p. 260

⁶⁹ *cf.*, PEINADOR NAVARRO, A., *Tratado de Moral Profesional*, p. 432

⁷⁰ *cf.*, CARDONA, C., *Ética del quehacer educativo*, p. 153

acordes en respetar siempre la verdad y el bien, tiene que controlar la veracidad de los hechos y transmitirlos con la explicación y la interpretación adecuada, insertando en los lectores su propio habitus psicológico saturado de juicios y filosofías, que a veces, él mismo desconoce⁷¹; y de esta forma estará contribuyendo a la educación de todos aquellos que reciban su influencia, al formar la libertad, el razonamiento y la voluntad individual, sin llegar a una masificación que destruya cualquier indicio de particularidad.

II.1.2 Concepto de comunicación.

La sociedad es producto del hombre. La necesidad de conservarla y de hacer de ella un espacio físico y humano adecuado para la convivencia, llevó al hombre a buscar los instrumentos y medios aptos para la comunicación. La capacidad del hombre para interpretar su realidad deja ver la enorme posibilidad creadora de sus sistemas de comunicación⁷².

La comunicación es un fenómeno, que corresponde a la dimensión social del hombre. Al ser un fenómeno humano es difícil definir con precisión el concepto de comunicación, por ello, se presentan a continuación una serie de definiciones de comunicación, para tener una visión clara, amplia y completa de lo que ésta implica para el hombre y su desarrollo social.

"La comunicación es la transmisión de información, ideas, actitudes, o emociones de una persona o un grupo a otro (u otros) primariamente a través de símbolos. En el sentido más general, existe comunicación dondequiera que un sistema, una fuente, influye sobre otro - el destinatario -, mediante la manipulación de símbolos alternativos que pueden ser transmitidos a través de un canal que los conecta. La comunicación puede definirse como la interacción social por medio de mensajes"⁷³.

"Etimológicamente comunicación deriva de comunicatio equivalente a comunicar, participar o comunión. Lo que se busca con la comunicación es no sólo transmitir la cultura sino modificarla y resolver las diferentes necesidades y para esto el hombre emplea múltiples fuentes y tipos de

⁷¹ *cf.*, MENENDEZ, A., *Ética Profesional*, p. 153, 272

⁷² *cf.*, CORRAL CORRAL, Manuel, *op.cit.*, p.13

⁷³ *apud.*, MCQUAILWINDAHL, *Modelos para el estudio de la comunicación colectiva*, p. 32

mensajes, así como canales y códigos de significación. Gracias a la comunicación la cultura nace, crece y se transforma, en la medida que el mundo natural y social provocan en el hombre un conjunto de sensaciones, sentimientos, voliciones y razonamientos tendientes a descubrir relaciones necesarias en su horizonte mundano. La comunicación permite salir de la simple abstracción a la concreta dimensión histórica o temporal⁷⁴. Una sociedad no puede concebirse sin comunicación, pues gracias a ella, el hombre se puede relacionar con otros hombres, trasciende de sí mismo para establecer contacto con otras personas y desarrollarse en comunidad.

"Comunicarse se ha convertido, por tanto, en una de las actividades esenciales, probablemente incluso en la actividad principal del hombre y la mujer modernos"⁷⁵, puesto que el mundo en el que el hombre actual se desarrolla, exige la presencia de estos medios para la realización de las actividades cotidianas que los ciudadanos realizan en su ambiente laboral, social, familiar, etc.

"La comunicación, es el acto de relación entre dos o más sujetos, mediante el cual se evoca en común un significado"⁷⁶; es un salir de sí mismo al encuentro de otros prójimos próximos que el mundo de la comunicación acerca considerablemente, se enriquece el ser humano que sale al encuentro y compenetración de la personalidad de los demás, obteniendo su autorrealización⁷⁷, su plenificación, pues sólo en sociedad el hombre puede alcanzar la perfección al convivir y servir a los que le rodean.

No se puede estudiar a la comunicación, sin hacer referencia al proceso de comunicación y sus componentes, que son necesarios para que dicho proceso se lleve a cabo.

Teniendo en cuenta que comunicar es transmitir una información, de un individuo a otro o de un grupo de individuos a otro grupo de individuos⁷⁸, el proceso de la comunicación está conformado por cinco elementos básicos, que desempeñan una función propia y son:

Emisor (fuente, transmisor): Persona o grupo de personas que elaboran y difunden un mensaje.

⁷⁴ *cf.*, MUÑOZ BATISTA/DACAL ALONSO, "Relaciones entre Filosofía y Periodismo", *in.*, *LOGOS*, no. 32, p.111-128

⁷⁵ GAUQUELIN, F., *Saber comunicarse*, p. 19

⁷⁶ PAOLI, J.A., *Comunicación e Información*, p. 11

⁷⁷ *cf.*, HERRERA SAENZ, V., *Filosofía y medios de comunicación social*, p. 153

⁷⁸ GAUQUELIN, F., *op.cit.*, p. 21

Receptor (destino): Persona o grupo de personas que *capta* el mensaje del emisor.

Código: Las decisiones que toma un emisor para elaborar un mensaje de acuerdo a las normas o reglas socialmente establecidas. Se refiere a las reglas de estructuración propias de cada sistema de signos.

Mensaje: El resultado de lo que el emisor ha codificado y que va a ser captado por alguno de los sentidos del receptor.

Canal (medio): Vehículo a través del cual se envía o difunde el mensaje⁷⁹.

Siempre en un proceso de comunicación deben existir como mínimo estos cinco componentes, para que esté completo y la comunicación que se produce no sea deficiente, evitando obstáculos o carencias que afecten la misma esencia del proceso.

Ahora bien, con base en estos elementos del proceso, y en sí en el concepto de lo que es la comunicación, se puede llegar a una clasificación de la comunicación humana como sigue:

1. Comunicación *intrapersonal*, entendiéndose como tal la conversación interior que una persona tiene consigo misma.
2. Comunicación *interpersonal*, es decir, aquella que se lleva a cabo entre dos o más personas.
3. Comunicación *intragrupal*, que tiene por protagonistas a las personas que integran un mismo grupo.
4. Comunicación *intergrupal*, la interacción dialógica que se da de un grupo a otro.
5. Comunicación *colectiva* (masiva o social) que es la que se establece entre un emisor y un público amplio, valiéndose o no de los llamados medios de comunicación colectiva. En este tipo de comunicación la emisión de los medios es unidireccional, en especial cuando intervienen los medios de difusión masiva. Estando éstos de por medio, los receptores se comportan más bien como receptores pasivos sin ninguna posibilidad de respuesta⁸⁰.

La comunicación colectiva (social o masiva), al ser nuestro objeto de estudio, es necesario estudiarla un poco más, considerando que es un tipo de comunicación indirecta en que el emisor y receptor no son individuos, sino grupos, cuyos mensajes, múltiples y numerosos, se transmiten

⁷⁹ *cf.*, CORRAL CORRAL, *op. cit.*, p. 31-32.

⁸⁰ *cf.*, *ibidem*, p. 41-42.

a través de un medio, periódica o permanentemente; es decir que al ser una comunicación indirecta se establece a través de los medios de comunicación: prensa, radio, televisión, cine informativo, cartel, libro, disco, etc., en la que el destinatario es indiferenciado, constituido por personas desconocidas entre sí, amplio, anónimo, extendido, disperso⁸¹. A este respecto hay que mencionar, que las relaciones humanas se basan cada vez más en la comunicación oral por medio de la radio, la televisión, las grabadoras, el teléfono, etc., por lo que la comunicación colectiva va en aumento e influye en mayor número de aspectos y ámbitos de la vida social y personal⁸².

Ahora bien, toda transmisión de mensajes constituye comunicación, sin embargo, no es lo mismo que el lenguaje, ya que éste se reserva para significar o denominar a la capacidad de los seres humanos de comunicarse mediante lenguas. Los animales no poseen, por tanto, lenguaje, sino sistemas de comunicación. Lengua, es el sistema de signos producidos por un hablante para generar conceptos en la mente del oyente; siendo que el lenguaje humano se manifiesta esencialmente de forma oral. El lenguaje oral es un hecho social de profunda importancia para todo grupo cultural y es una de las primeras actividades que el niño desarrolla para adentrarse así en el mundo de la comunicación social⁸³. Es de relevancia conocer esta distinción, debido a que la comunicación es sí como concepto genérico, la compartimos con los animales, pero es el lenguaje el que nos distingue de ellos, ya que en éste último empleamos nuestras capacidades superiores, que nos hacen distintos de los animales, además que gracias al lenguaje y empleo de signos podemos conocer el mundo, las cosas y a los demás en un nivel superior, y comprender todo lo que percibimos como algo distinto a nosotros mismos. Por tanto, cuando se trate de comunicación, en realidad se está tratando de lenguaje.

La comunicación humana, implica un objetivo de convertir a sus sujetos en agentes efectivos, es decir, que el emisor va a influir en los demás, en el mundo físico que le rodea y en él mismo, de tal modo que se pueda convertir en agente determinante y sentirse capaz de tomar decisiones llegado el caso. En resumen, nos comunicamos para influir y para afectar intencionalmente, para persuadir. Toda conducta de comunicación tiene por objeto producir una determinada respuesta

⁸¹ cfr., MARTÍNEZ DE SOUSA, J., *op. cit.*, p. 117-118

⁸² cfr., RUELAS VÁZQUEZ, C., *Comunicación oral y escrita*, p. 69

⁸³ cfr. *ibidem*, p. 9, 69

por parte de una determinada persona (o grupo de personas)⁸⁴, siempre y cuando no se manipule y se respete la opinión y libertad personal.

II.1.2.1 La comunicación pública y los medios de comunicación social.

Los medios de comunicación constituyen una característica propia de la sociedad moderna, cuyo desarrollo ha sido paralelo al aumento de las dimensiones y la complejidad de la organización y las actividades sociales, el rápido cambio social, la innovación tecnológica, el incremento de los ingresos y la elevación del nivel de vida y, finalmente, a la progresiva desaparición de algunas formas tradicionales de control y autoridad. Es evidente que el vínculo existente entre el desarrollo de los medios de comunicación y el cambio social no es una mera coincidencia temporal, si bien aún se desconoce el alcance y dirección de esa relación⁸⁵; en esa relación entre el desarrollo, cambio o progreso social y los medios de comunicación, adviene una interrogante que en los tiempos actuales surge ante la conceptualización de estos medios, que ejercen en nuestra sociedad una influencia significativa y por lo tanto es preciso determinar su significado y conceptualizarlos correctamente, de acuerdo a las funciones que realizan.

Antes de proceder a la descripción de las distintas funciones que estos medios ejercen en la sociedad, es necesario conceptualizar el por qué se retoma el término medios de comunicación social y no los términos, también ampliamente conocidos y utilizados para referirse a estos medios de forma común: medios masivos de comunicación o medios de comunicación colectiva:

* *Medios masivos de comunicación o Medios de Comunicación de Masas*: comprenden instituciones y técnicas mediante las cuales grupos especializados emplean recursos tecnológicos (prensa, radio, cine, etc.) para difundir contenidos simbólicos en el seno de un público numeroso, heterógeno y disperso⁸⁶, receptor que se considera como una masa amorfa de personas. La denominada masa, como receptor de estos medios, se refiere a un grupo de personas consideradas en un conjunto anónimo y difuso, que no distingue la individualidad de cada miembro de ese grupo, sino que sólo hace referencia a una masa, un grupo de personas.

⁸⁴ *cfr.*, BERLO, D. K., *El proceso de la comunicación*, p. 10-11, 14

⁸⁵ MCQUAIL, D., *Sociología de los medios masivos de comunicación*, p. 13

⁸⁶ *ibidem*, p. 14

* *Medios de comunicación colectiva:* La comunicación colectiva, como ya se estudió anteriormente comprende la relación que se establece en el proceso de comunicación entre un emisor y un receptor, y puede o no valerse de los medios de comunicación. El término colectivo se refiere a un grupo de personas que están organizadas y tienen un fin o interés en común.

* *Medios de comunicación social:* Comprende el significado de medios de comunicación en cuanto que son un sistema de transmisión de un mensaje a un público numeroso, disperso y heterógeno a través de los diferentes instrumentos técnicos existentes: prensa, cine, radio, televisión, disco, libro, etc.⁸⁷, en cuanto que sirven a una sociedad y por lo mismo son instrumentos sociales, contribuyendo con este término la promoción de las condiciones sociales que favorecen el desarrollo integral de la personalidad de los individuos de una comunidad, al propiciar la sociabilización.

Si se analizan estos conceptos: masivo, colectivo y social, se obtiene el por qué es adecuado utilizar el término social y no masivo o colectivo. Esto es porque al utilizar la palabra masivo, se está reduciendo la naturaleza real del receptor de la comunicación, pues aunque sí representa a un grupo heterógeno, numeroso y disperso, es indispensable considerar que no es una masa amorfa, ya que este grupo social está compuesto por hombres y mujeres individuales, con personalidad propia y diferencias especiales, rasgos que defienden la individualidad y no aceptan la conceptualización de masa, ya que aceptarían con ello la reducción de la esencia de este grupo, de la misma sociedad, que no es una masa.

Por otro lado, colectivo sería un término quizá adecuado, pero aún así reducido, porque sólo haría referencia a una característica del receptor, el ser un grupo, ignorando otros rasgos distintivos que el término social sí comprende, como lo es la cultura, los intereses, el sexo, la individualidad, etc. de esa colectividad; además que al fundamentar el concepto social, se promueve directamente la sociabilización, favoreciendo el desarrollo de las personas que son sujetos receptores de estos medios tan trascendentes en el progreso y formación de la sociedad a la que sirven directamente y por la cual existen. Por estas razones, se utilizará el término Medios de Comunicación Social en la presente investigación.

⁸⁷ DE LA MOTA, I.H., *Enciclopedia de la Comunicación*, p. 880

Para explicar la función de los medios de comunicación social en la comunidad, es necesario tener en cuenta que la industria del saber de la comunicación está organizada según estos puntos, en los que se consideran estos medios de comunicación social⁸⁸:

- *Multiplicadores de mensaje*: los medios de comunicación social, como el diario, revistas, libros, películas, radio, televisión, etc.
- *Transportadores de mensaje*: teléfono, telégrafo, correos, satélites y demás.
- *Suministradores de información para necesidades individuales*: bibliotecas, servicios de compendio y resumen, servicios de computadora, banco de datos y similares.

*Los medios de comunicación social, como se le ha denominado a todo ese sistema tecnológico de comunicación, tienen una función que cumplir con respecto a la comunicación pública o colectiva, es decir, a esa comunicación que está dirigida a un grupo superior en número de personas, y que gracias a esos progresos técnicos, esta población puede recibir con rapidez y eficiencia información, que hace algunos años no podría difundirse de este modo. Estos medios se caracterizan porque introducen en las diversas capas sociales pautas de comportamiento y de consumo. No puede existir una comunidad sin que haya en ella algún tipo de comunicación, por elemental o rudimentaria que sea, y lo común es que tenga varios cauces por medio de los cuales se realice el acto comunicativo. Por otra parte, resulta lógico pensar que si nuestra sociedad vive en constante cambio, los medios de comunicación social participen también, en mayor o en menor grado, de dicho cambio⁸⁹, contribuyendo al progreso al que la sociedad como comunidad humana está siendo objeto.

Es así, como el proceso de comunicación colectiva adopta diferentes modalidades: prensa, radio, televisión, cinematografía, etc.; que propician grandes cambios en la vida actual; así como modificaciones, cuyos efectos no son fáciles de establecer debido a que la persona recibe una gran cantidad de estímulos e influjos. Aquí es donde se plantea la urgencia de analizar los diferentes géneros informativos, a fin de orientarlos a la prosecución de valores en cuanto son un instrumento más que puede auxiliar en las tareas educativas, de formación cívica, política, de

⁸⁸ *cf.*, ACEVES, J.I., *et al.*, Antología en comunicación, p. 27

⁸⁹ *cf.*, GONZÁLEZ ALONSO, C., Principios Básicos de Comunicación, p. 21

solidaridad, etc.⁹⁰, generando en estos medios una responsabilidad para con la comunicación social-masiva, debido a que ésta representa a la sociedad en el acto de transmitir sus normas y valores. Con el transcurso del tiempo se pueden identificar sus efectos generales en la vida de las personas que reciben su influjo, sobre aspectos como las creencias, valores, actitudes y conductas⁹¹, vislumbrando de esta forma el poder educativo y cultural que poseen estos medios, siempre y cuando se utilicen con esta finalidad y no con otras que produzcan manipulación.

La función principal de los medios de comunicación social, es hacer que la información esté disponible amplia, rápida y fácilmente; por lo que se les puede clasificar entre los reguladores principales del flujo de información a través de la sociedad; en donde el papel del profesional de la comunicación es decidir qué información seleccionar, cómo procesarla, qué dejar pasar. El medio, es en efecto, un órgano sensorial de la comunidad, un sistema nervioso central y un sistema muscular comunicador, de la red de sistemas de comunicación que existen en la sociedad moderna⁹².

Es así como los medios de comunicación - prensa, radio, cine, televisión- han llegado a ser parte de la vida personal y social del hombre contemporáneo, aunque con evidentes gradaciones, según el tipo de sociedad en la que se viva⁹³; pero lo más importante es que todos los medios tienen importantes usos que contribuyen a la red de comprensión, sin la cual la gran comunidad actual no podría existir⁹⁴; debido a que un gran número de actividades de la sociedad se llevan a cabo en torno a estos medios.

II.1.3 Concepto de información

La información, es el objeto por el cual se producen los datos o noticias, que generan los medios de comunicación social, por ello hay que distinguir que es la información y establecer las principales diferencias entre lo que es la comunicación y la información.

⁹⁰ *cf.*, MUÑOZ BATISTA/DACAL ALONSO, "Relaciones entre Filosofía y Periodismo", *in*, LOGOS, no. 32, p. 111-128

⁹¹ *cf.*, FERNÁNDEZ COLLADO, C., *et al.*, *La comunicación humana*, p. 23

⁹² *cf.*, ACEVES, J.I., *et al.*, *op. cit.*, p. 29, 31

⁹³ *cf.*, ALVEAR ACEVEDO, C., *et al.*, *op. cit.*, p. 100

⁹⁴ *cf.*, FERNÁNDEZ COLLADO, C., *et al.*, *op. cit.*, p. 20

La información, se considera como el conjunto de noticias, comunicados, informes o datos necesarios para algo o que interesan a alguien. En sentido genérico, la información comprende todas y cada una de las noticias, notas, crónicas, reportajes, artículos, etc., de una publicación periódica, por oposición a sus restantes contenidos: publicidad, anuncios, entretenimientos, etc.⁹⁵, es decir, la información se especializa en la transmisión de una serie de datos, hechos que en forma de notas se comunican a la población.

La información, entonces, es un conjunto de mecanismos que permiten al individuo retomar los datos de su ambiente y estructurarlos de una manera determinada, de modo que le sirvan como guía de su acción⁹⁶; y esos datos los va a recibir principalmente de los medios informativos actuales, que por sus características han llevado a un desarrollo excepcional del proceso informativo.

Es necesario tener claro, que al informar una serie de datos, al darles una utilidad específica, la información se conforma no sólo con dichos datos, sino con lo que la persona, el profesional de la comunicación realiza con ellos⁹⁷; cómo los va a utilizar, aprovechando los progresos actuales en la información, con la finalidad de cumplir con una tarea formativa de la opinión pública, cuidando en este aspecto resaltar la verdad de la información que se proporciona⁹⁸.

Los medios de comunicación social, tienen entre sus funciones primordiales, la de transmitir una información, una serie de datos útiles para el desarrollo de la vida de las personas, en especial en las grandes ciudades, sin embargo, la información no podrá nunca tener como destinataria a la masa como tal, puesto que se dirige al hombre individualizado o al hombre en colectividad (no es lo mismo que masificado), que cualitativamente son lo mismo. Si se dirige al hombre en colectividad estará cumpliendo una función pública, pero respetando la personalidad de cada destinatario, aunque éste sea desconocido, indeterminado y aún indeterminable.⁹⁹

⁹⁵ *cf.*, MARTÍNEZ DE SOUSA, J., *op.cit.*, p. 258

⁹⁶ *cf.*, PAOLI, J.A., *op.cit.*, p. 15

⁹⁷ *cf.*, *ibidem*, p. 16

⁹⁸ *cf.*, DEL VALLE, F., *Diccionario de Moral Profesional*, p. 590, 596

⁹⁹ *cf.*, DESANTES GUANTER, J.M., *La función de informar*, p. 25-26

En este renglón, al mencionar el concepto información, es necesario señalar, que no es lo mismo comunicación que información. Información proviene del verbo latino in-formare que equivale a dar forma, formar. De esto se deriva un determinado tipo de relación social, de distinta naturaleza al que se establece en la comunicación. Para comprender mejor las diferencias que existe entre ambas, se presenta un esquema a continuación¹⁰⁰:

| COMUNICACIÓN | INFORMACIÓN |
|--|--|
| Es un fenómeno específicamente humano | Expresa distintas relaciones sociales de comunicación |
| Implica relaciones dialógicas | Implica relaciones unilaterales: el emisor juega un papel dominante |
| Sólo es posible entre quienes tienen la voluntad de igualarse | Institucionaliza al emisor al normativizar a su favor las posibilidades de emitir |
| Sólo es posible entre iguales | Es un decir ordenado y conlleva un extrañamiento (alineación), de la que se beneficia el emisor |
| Implica relaciones simétricas y una paridad de condiciones entre emisor y receptor | Implica la imposición de una determinada visión del mundo al no dar cabida a las proposiciones críticas que afecten al contenido de los mensajes |

II.1.3.1 Función pública de la información sobre la opinión.

La información que se transmite a través de los distintos medios de comunicación colectiva, ejerce una función pública, es decir, que al estar dirigida a un grupo numeroso de personas, no puede, ni debe ser privada o particular; porque es para todos los hombres que quieran y tengan la posibilidad de recibirla. La sociedad actual, en donde el hombre ha desarrollado nuevos métodos de comunicación, ha sufrido una serie de cambios y transformaciones gracias a la información y a la función que ésta desempeña sobre los miembros de la sociedad, pero como ya se dijo, sobre todos los hombres y no sólo sobre algunos, por ello es pública. Entonces se entiende por "público

¹⁰⁰ cf. CORRAL CORRAL, M., op. cit., p. 27-28

un número de personas dispersas en el espacio que reaccionan ante un estímulo común, proporcionado por los medios de comunicación indirectos y mecánicos o bien, una masa transitoria de individuos que no se encuentran próximos unos de otros, pero que tienen un interés común o general¹⁰¹.

*Considerando al público como una agregación de personas que componen una comunidad, es necesario tener en cuenta que la <<sociedad humana tiene derecho a estar informada de lo que interesa a los hombres, singular o colectivamente, según las condiciones de cada cual¹⁰²; y que de acuerdo a esa singularidad o colectividad se produce la opinión pública, que puede ser de una persona o un grupo de personas.

Los medios de comunicación social, en especial la televisión, la radio y el periódico, se distinguen porque actúan sobre la opinión pública, al estar vinculados a los sucesos diarios y dirigirse a un oyente o lector que, sobre todo, se preocupa de tener información. Por consiguiente, con ocasión de hechos cotidianos y de su control, de su presentación y de su comentario, el comunicador tiene la obligación de hacer obra de verdad y educación de los receptores; puesto que al ser formadores de opinión en una función pública, deben propiciar la búsqueda y la defensa de la verdad en pro de una educación, contraria a la manipulación. La opinión pública es, en efecto, el patrimonio de toda sociedad normal compuesta de hombres que, conscientes de toda su conducta personal y social, están íntimamente ligados con la comunidad de la que forman parte¹⁰³.

La función pública de la comunicación social, no puede hacer olvidar que la información es un derecho humano, y que esta función es proyectada a la actuación concreta de cada informador, que adopta la forma de deber de informar, en su núcleo y en su análisis, constituyen el objeto de la Deontología Profesional¹⁰⁴; el profesional de la información debe considerar esta función pública como un compromiso con la sociedad y con él mismo de defender siempre este derecho y

¹⁰¹ *ibidem*, p. 64

¹⁰² BRAJNOVIC, L., *op. cit.*, p. 113-134

¹⁰³ *cf.*, DEL VALLE, F., *op. cit.*, p. 591-592

¹⁰⁴ *cf.*, DESANTES GUANTER, J.M., *op. cit.*, p. 24, 137

propagar la verdad de los hechos informativos, contribuyendo con esta acción a la educación de todos aquellos que reciben de una u otra forma la influencia de la comunicación colectiva.

II.1.3.2 El Derecho y el deber de informar

Los derechos humanos y su defensa, han adquirido una trascendencia significativa en nuestra sociedad actual. Entre estos derechos se constituye como uno de ellos, el derecho humano a la información. Sin embargo no podemos mencionar en que consiste este derecho, sí antes no se ha aclarado qué son los derechos humanos: "Por naturaleza, todos los hombres son igualmente libres e independientes, y poseen ciertos derechos inherentes, de los cuales, al entrar en el estado de sociedad, no pueden ser privados ni despojar a su posteridad, por ningún acuerdo"¹⁰⁵, de ahí que se defiendan con tal fervor estos derechos en nuestro mundo contemporáneo.

Sobre estos derechos hay que subrayar el hecho de que pertenecen a todos los hombres; no se derivan de una situación particular, sino que pertenecen a los hombres simplemente porque son hombres; como dijo Jacques Maritain:

"La persona humana posee derechos por el simple hecho de ser persona, un todo dueño de sí mismo y de sus actos, lo cual, por lo tanto, no significa simplemente el camino a un fin, sin el fin en sí, un fin que debe ser tratado como tal. ¿La dignidad de la persona humana? Esta expresión no quiere decir nada si no significa que en virtud de la ley natural la persona humana tiene el derecho de ser respetada, y es sujeto de derechos y posee derechos. Estas cosas son poseídas por el hombre por el simple hecho de ser hombre"¹⁰⁶.

Una vez que ya se tiene claro que son los derechos humanos, es preciso señalar que para comprender porque el profesional de la comunicación tiene un deber de informar, se tiene que partir del hecho de que existe un derecho a la información, que en el año de 1948, la ONU reconoce y proclama con carácter universal un nuevo derecho humano - el derecho humano a la información - que se alinea desde entonces con el resto de los derechos humanos de más viejo

¹⁰⁵ ibid., CRASTON, M., Los Derechos Humanos Hoy., p. 10

¹⁰⁶ ibid., ibidem, p. 19

ciudadano¹⁰⁷. Este derecho se contempla en el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, proclamada por la Asamblea General de las Naciones Unidas; que señala: "Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión"¹⁰⁸. Esto afirma la trascendencia que tiene la información y su transmisión en la sociedad moderna, en la que la mayoría de los hombres, por no decir que todos, establecen una relación de comunicación con los medios actuales, que se han convertido en medios necesarios para el desarrollo de la vida en las ciudades principalmente.

La proclamación del derecho humano a la información ha servido para fundamentar definitivamente que las actividades informativas tienen una íntima conexión con la justicia. Al dar información, el informador está dando a todos, a cada uno, lo que es suyo, aquello a lo que tiene derecho; y esta justicia junto con el propio derecho corresponden a la preparación deontológica que el informador debe adquirir para cumplir con estos deberes ético profesionales. La plenitud, por tanto, del derecho a la información del público sólo se alcanza por mediación de las organizaciones informativas y los profesionales de la información. Y esta idea de mediación, de intermediación natural, permite tratar de una delegación tácita del ejercicio de las facultades de investigar y difundir y abre la vía para la adecuada construcción de lo que puede llamarse el deber profesional de informar¹⁰⁹; que debe cumplir con una serie de exigencias éticas a las que la sociedad tiene derecho y que el comunicador no debe ignorar, siendo que su función es otorgada y delegada de la misma comunidad.

Sobre el derecho de la información, es necesario aclarar, que por el mero hecho de ser persona humana, se es sujeto de este derecho, se tiene el derecho a investigar, a comunicar y a recibir una información correcta, una información completa, una información con todas las condiciones ideales que queramos añadirle, un derecho a la verdad¹¹⁰; es decir, el hombre no sólo tiene derecho a ser, sino también un derecho de saber; no sólo un derecho a la vida, sino un derecho a la verdad. Pide respeto para su propio intelecto y ha de mostrar un respeto similar para el intelecto

¹⁰⁷ cf., SORIA, C., "Periodista ¿soy o no soy?..", in., ITSMQ., no. 175., año 1988., p. 7-13

¹⁰⁸ CRASTON, M., op.cit., p. 136

¹⁰⁹ cf., SORIA, C., "Periodista ¿soy o no soy?..", in., ITSMQ., no. 175., año 1988., p. 7-13

¹¹⁰ cf., DESANTES GUANTER, J.M., op.cit., p. 165

de su semejante, poniendo un orden apropiado en las comunicaciones entre su propia mente y las mentes de los demás. El que habla está obligado a decir la verdad¹¹¹, a no manipular la información, sino a otorgar con justicia lo que cada persona que es sujeto de receptor de la información tiene derecho.

Al respecto de la manipulación de la información, hay que aclarar que la información a la que todo el mundo tiene derecho no es cualquier información, sino una información verdadera y rica, comprensible, explicativa, que sirva para el desarrollo de la persona y de su papel en la sociedad, del beneficio común que debe aportar la información veraz¹¹².

Como ya se mencionó, a la par del derecho a la información, surge el deber de informar por parte de todas aquellas personas que ejercen funciones con respecto a la comunicación. Así, al definir el deber de informar como un deber profesional se quieren señalar dos aspectos al mismo tiempo: en primer término, la existencia - supuesto el deber - de una obligación personal de actuar; en segundo término, el hecho de que la fuente y buena parte de la medida de ese deber han de buscarse en la esfera de la profesión¹¹³, y para conseguir estos dos objetivos o aspectos es necesario recibir como profesionales una formación ética, que permita ejercer este deber con justicia, como parte de la educación integral que señalábamos anteriormente.

El deber de responder, deber específico de los informadores, que arranca del ejercicio de la profesión, acompaña a la actividad informativa y finalmente se individualiza y condiciona como un deber posterior a la comunicación social. La responsabilidad originada en el ejercicio libre de la profesión informativa valora los actos del informador, dándoles la trascendencia de ser o no justos, de ser o no legítimos, de ser o no legales¹¹⁴, características éticas, que son propias de esta profesión, como parte esencial de ella.

"Informar supone cumplir un deber de justicia. El menester de informar y, en consecuencia, el oficio de informador, tienen una categoría muy alta en la escala de valores. Informar mal, por falta

¹¹¹ cfr., FAGOTHEY, *Ética: Teoría y aplicación*, p. 214

¹¹² cfr., INNERARITY, D., et al., *Información y Derechos Humanos*, p. 106

¹¹³ cfr., SORIA, C., *Derecho a la Información y Derecho a la Honra*, p. 95

¹¹⁴ cfr., *ibidem*, p. 100-101

de información o por el mal desempeño profesional, supone un injusticia. El informador corre ese gran riesgo de ser injusto, precisamente porque está abocado a ser necesariamente justo, a realizar de un modo concreto y específico la justicia¹¹⁵, como parte del deber de informar que cumple con el derecho de ser informado con la verdad.

"El derecho y el deber de informar lleva consigo la publicidad de todos aquellos acontecimientos mundiales o nacionales de orden social, político, religioso, científico, económico, etc., cuyo conocimiento pueda interesar a los lectores habituales o, en general, tratándose de agencias de información, al mundo"¹¹⁶; cuyos acontecimientos ejercen cambios en la sociedad en que vive el hombre, y que debe conocer para permanecer en medio de ese cambio y estar consciente de lo que en el mundo está sucediendo.

II.2 La Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

En el mundo moderno, con la evolución de la tecnología y necesidades actuales, surge una licenciatura en el sistema educativo mexicano, que busca satisfacer no sólo una necesidad de la sociedad moderna, sino también un derecho humano, que es el derecho a la información. Es así, como se crea recientemente la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, profesión que ha tenido en nuestra sociedad una expansión considerable y una influencia significativa en la sociedad mexicana y su conformación como tal.

Se pretende, explicar, a grandes rasgos, en qué consiste esta carrera, sus características y funciones principales, para tener una visión completa de esta profesión y comprender la labor y servicio que realiza en la sociedad y mundo modernos.

II.2.1 Descripción general de la carrera.

La Licenciatura en Ciencias de la comunicación, tiene una duración general de 8 o 9 semestres, en las Universidades que manejan un sistema semestral; y de 12 trimestres u 8 cuatrimestres en las Instituciones que manejan estos sistemas.

¹¹⁵ DESANTES GUANTER, J.M., *op. cit.*, p. 162

¹¹⁶ PEINADOR NAVARRO, A., *op. cit.*, p. 466

Como estudios previos a la licenciatura se requiere de un bachillerato de Humanidades o equivalente.

Esta Licenciatura está orientada al estudio de los orígenes, la estructura, el desarrollo y los cambios de los procesos de la comunicación humana en sus distintos niveles y facetas, tanto interpersonales como grupales, organizacionales, colectivos o masivos, para contribuir de manera crítica a la difusión y análisis de la problemática social a través de la elaboración de mensajes y contenidos informativos, escritos y audiovisuales¹¹⁷.

El profesional de la comunicación es el que evalúa los procesos de la comunicación en sus distintos niveles, a través de la aplicación de teorías, métodos y técnicas acordes con las circunstancias sociales, económicas y/o políticas en que estos fenómenos se producen. Desarrolla una capacidad de análisis que le permite explicar la estructura y la dinámica de cambio en los procesos sociales, las emisiones, los contenidos y efectos de los mensajes. Conociendo el adecuado manejo de la lengua y los distintos lenguajes de los medios, los emplea con precisión asumiendo un compromiso social con el público al que se dirige¹¹⁸.

II.2.2 Características propias de la licenciatura.

Se presentan a continuación, una serie de aspectos propios de la Licenciatura y algunas de las características personales que deben poseer aquéllos que estudian la carrera, con el fin, de obtener una visión global de la misma y de lo que implica¹¹⁹:

Propósitos: Preparar profesionistas capacitados para intervenir en procesos de comunicación interpersonal, grupal, organizacional y colectiva, que contribuyan a mejorar el sistema económico, político, cultural y social del país.

¹¹⁷ UNAM., Guía de carreras UNAM 1994, p. 101

¹¹⁸ SSA-DGOV., Ciencias de la Comunicación.

¹¹⁹ cf., OLIVER, R., Elección de carrera, p. 260-261

Aptitudes: Capacidad de análisis y pensamiento abstracto, imaginación creadora, capacidad literaria, serenidad emocional y de juicio, iniciativa propia, integridad moral, capacidad de organización, colaboración y de pensamiento sintético-analítico, dominio del lenguaje escrito.

Objetivos: Para normar su conducta frente a los cotidianos problemas de la vida en sociedad, los individuos tienen la necesidad de conocerlos, de saber cómo surgen, en qué consisten y cuál es la solución que reclaman; de ahí que se estructuren profesiones capaces de proporcionar expertos en seleccionar, coordinar y evaluar información de fácil captación sobre acontecimientos que deben ser conocidos.

Enfoque: En el proceso de la comunicación intervienen factores del comportamiento humano que interesan al publicista, al humanista y al político, toda vez que estos mismos factores facilitan u obstaculizan la recepción de un mensaje. Por otra parte, la urbanización y la industrialización, aunadas a la modernización de los medios de comunicación social, han creado una seria y problemática dependencia social que paulatina e inexorablemente destruye la individualidad. Las ciencias de la comunicación tienen frente a sí uno de los más importantes retos de la era moderna: describir, explicar y predecir en una forma lógica y organizada los fenómenos de comunicación; aplicar la investigación social para evitar la especulación, el dogma o la demagogia; así como utilizar las herramientas de la comunicación con un profundo sentido ético-social. La manipulación de la individualidad es hoy en día una realidad a la que sólo podrá vencer un profesionalismo humanístico.

Actividades principales¹²⁰: Entre sus principales actividades están: su participación directa en los procesos de la comunicación en los medios; la labor de estudio, análisis e investigación de los fenómenos relacionados con la comunicación y la labor docente. Generalmente existe una interrelación en el desempeño de las modalidades mencionadas. Consideradas de manera independiente, las labores que en cada una de ellas se realizan consisten en:

¹²⁰ SSA-DGOV., Ciencias de la Comunicación.

- * El área de la Comunicación colectiva participa en la realización cinematográfica y de programas radiofónicos y televisivos; así como en la producción de mensajes periodísticos impresos empleando los diversos géneros de la prensa.
- * Obtiene, analiza, transmite y comenta la información con la finalidad de informar y contribuir a la formación de la opinión pública. También puede participar como especialista en la comunicación en el terreno publicitario y de la propaganda política, así como editor, redactor y corrector de estilo en empresas editoriales.
- * Como estudioso de los procesos de comunicación colectiva, investiga y analiza la información y los diversos mensajes emitidos por los medios de comunicación para proceder a la valoración de sus repercusiones sobre los individuos y las sociedades a las que se dirigen.
- * El ejercicio docente del profesional de la comunicación, frecuentemente implica que, por su conocimiento de las teorías, los métodos y las técnicas de la comunicación, también puede contribuir a la formación de especialistas en el área.
- * El egresado de esta carrera debe poner en práctica sus conocimientos en la elaboración y transmisión de mensajes audiovisuales o escritos, en su estudio y valoración, con base en las teorías y métodos científicos, que le permiten establecer su impacto social, económico y político.
- * Las funciones de investigador, informador, comentarista y crítico de la comunicación llevan implícita la necesidad de que el comunicador sea capaz de proponer soluciones o alternativas a los problemas relacionados con los fenómenos de la comunicación social.

En síntesis, el profesional de la comunicación realiza, entre otras, las siguientes actividades¹²¹:

1. Forma parte de áreas que, dentro de instituciones u organizaciones, llevan a cabo labores de comunicación a nivel interno y externo, en vinculación con su medio social.
2. Recopila, analiza y sistematiza información con el fin de elaborar y generar mensajes para la prensa, la radio, la televisión y el cine.
3. Estudia el fenómeno de la comunicación en sus distintos niveles y medios para aplicar estos conocimientos a la docencia, investigación, producción, análisis, evaluación de mensajes, diseño de estrategias y campañas, etc.

¹²¹ UNAM., op. cit., p. 101-102

4. Planea, organiza, dirige y participa como profesional en instituciones o medios de comunicación.
5. Participa en la investigación y evaluación de los fenómenos comunicacionales, analizando los elementos que intervienen en ellos.
6. Diseña, elabora, aplica y evalúa campañas o estrategias de comunicación.

Dónde realiza su actividad (campos de trabajo): El Licenciado en Ciencias de la Comunicación tiene su más amplio y vasto campo de trabajo en la investigación científica del proceso comunicativo en las relaciones interpersonales entre profesores y estudiantes, políticos y electores, padres e hijos, esposa y esposo, profesional y clientes, etc. De manera más específica, sus campos naturales son: la publicidad, las relaciones públicas, la radio, la televisión, la cinematografía y el periodismo¹²².

El egresado de la Licenciatura ejerce la profesión fundamentalmente en: empresas periodísticas, radiodifusoras, empresas productoras de televisión, compañías productoras de cine, agencias publicitarias, instituciones relacionadas con el estudio de la opinión pública, empresas diversas e instituciones con departamentos de comunicación interna y relaciones públicas, agencias noticiosas nacionales e internacionales, oficinas de prensa y relaciones públicas en dependencias del sector público y descentralizado, centros privados de estudios de la comunicación, universidades e instituciones de enseñanza media y superior e institutos de investigación. Las perspectivas de trabajo, así como opciones, suelen estar relacionadas con las capacidades y competencia profesional. Es necesario considerar que la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación es actualmente una de las de mayor demanda en el país, caso que puede tenerse en cuenta como un factor positivo en la expansión de la comunicación en las sociedades modernas¹²³.

Cómo realiza su actividad: Mediante la aplicación de conocimientos, destrezas y habilidades adquiridas durante la formación profesional, en forma creativa, crítica y responsable. Asimismo desarrolla y aplica técnicas, métodos, metodologías y teorías sobre su especialidad, como: entrevista, redacción, guionismo, reportajes, técnicas audiovisuales de televisión y radio,

¹²² OVLIVER, H., *op. cit.*, p. 261

¹²³ SSA-DGOV., *op. cit.*

fotografía, investigación documental, etc. Esta profesión implica el establecimiento de relaciones multidisciplinarias que permitan al comunicador estar en contacto con diversos profesionistas¹²⁴.

Hacia qué está enfocada su actividad (proyección social)¹²⁵: Por ser la comunicación un fenómeno complejo que se vincula con un gran número de actividades de la sociedad moderna, el ejercicio profesional del comunicador puede enfocarse a tres áreas:

1. La que tiene que ver con el lenguaje y características de los medios, por ejemplo, el periodismo escrito, radio, televisión, audiovisuales, comunicación persuasiva, etc.;
2. La relacionada con la atención de la comunicación en sectores específicos del país, así como la comunicación educativa, la rural, la popular, la de la salud, etc.;
3. La que comprende a la docencia e investigación.

En general, el comunicador enfrenta el reto de contribuir a la adecuada difusión de mensajes en la sociedad, de tal forma que ésta disponga de los elementos necesarios para el desarrollo de la opinión pública.

Perfil del aspirante¹²⁶: Es conveniente que el aspirante a esta profesión posea:

- * Sólidos conocimientos gramaticales, dado que el lenguaje oral y escrito es un instrumento esencial para esta carrera.
- * Conocimientos básicos de lógica.
- * Amplia cultura general actualizada con la lectura y análisis de los medios de comunicación.
- * Facilidad para recolectar, comparar y analizar información que le permita estructurar organizadamente los datos.
- * Habilidad de actuar en condiciones apremiantes, ya que el tiempo es un factor importante en este tipo de actividades.

¹²⁴ UNAM., *op. cit.*, 103

¹²⁵ idem

¹²⁶ idem

Perfil del egresado¹²⁷: El egresado de esta Licenciatura se caracteriza tanto por su capacidad para la elaboración y difusión de informaciones en la aplicación de las técnicas periodísticas y audiovisuales, como por estudiar todo tipo de mensajes y sus efectos en el contexto social en que se inserta.

II.2.3 El profesional de la comunicación

Con base en los conceptos anteriores, es necesario comprender qué es un comunicador, es decir, qué es lo que implica el ser profesional de la comunicación, teniendo en cuenta que esta profesión es muy reciente y ha tomado una gran fuerza a partir del desarrollo tecnológico de los medios de comunicación colectiva.

La Comisión Internacional para el estudio de la Comunicación establece: "En un mundo constantemente transformado por los adelantos científicos y tecnológicos, los agentes de la comunicación son principalmente unos profesionales que se encargan de recoger, crear y difundir los diferentes mensajes, preparar y manipular los medios y las tecnologías necesarias en todos los campos de la información. Su número aumenta constantemente y su perfil se diversifica a la vez que se diversifican y agudizan las especializaciones. Hoy en día la profesión de periodista es reconocida y respetada, de su importancia dan fe hasta las críticas de que puede ser objeto. Al mismo tiempo las condiciones de trabajo resultan hoy más duras, más difíciles y hasta más peligrosas. Por otra parte señala que se entenderá por periodista toda persona que, sea cual fuere su nacionalidad y en calidad de redactor, reportero, fotógrafo y operador o técnico de prensa, la radiodifusión o televisión o de actualidades filmadas, ejerza su profesión regularmente y de manera retribuida con el respeto debido a los principios y usos éticos determinados por la profesión y cuya actividad profesional consiste en recabar, recibir o comunicar informaciones, opiniones, ideas, análisis o comentarios destinados a publicaciones diarias o periódicas, agencias de prensa, servicios de información radiodifundidos y televisados y actualidades filmadas"¹²⁸.

Se considera que la actividad informativa es desarrollada a través de cualquier medio de difusión: prensa, radio, televisión, cine informativo; es decir, consiste en la reunión, redacción, revisión y

¹²⁷ *Ibidem*, p. 104

¹²⁸ *cf.*, apud, URIBE O., H., *Ética Periodística en América Latina*, p. 33-36

difusión de noticias¹²⁹, por tanto, los comunicadores son aquellos profesionales que asumen la responsabilidad de la publicación, orientación e información de un determinado medio de comunicación; con una labor auténtica de servicio social de información individual y de formación de la opinión pública, con la reproducción e interpretación, en forma de noticias y artículos sobre la vida cotidiana, pero simultáneamente con los acontecimientos. Por eso es característica de la comunicación moderna, la rapidez y amplitud de las informaciones¹³⁰.

Raúl Rivadeneira Prado, escribe: "Entendemos el periodismo como un proceso comunicacional mediante el cual se carga de significados a los acontecimientos, ideas y sentimientos ocurridos en un contexto sociocultural, con objeto de provocar una respuesta determinada en el grupo o grupos de receptores"¹³¹; comprendiendo con el término periodista, todo aquel que está dedicado a la función de informar, de la profesión de comunicar, siendo del radio, televisión, periódico, etc.

Entonces la profesión de la comunicación, se presta como tarea de interpretar y analizar conforme a códigos (sistemas de significaciones) del intérprete. Fraser Bond afirma que el periodismo tiene cuatro razones principales de existir: informar, interpretar, guiar y divertir. Para la UNESCO serán: informar, participar integrando, conservar e innovar esquemas, defender pautas culturales, defender elementos de opinión pública en su relación gobierno-pueblo, analizar problemas económicos y educar¹³²; pero en esencia los objetivos de los medios de comunicación social son: informar, orientar y entretener.

Al respecto, se dice que la actividad periodística profesional que hace posible la misión de los medios, es de investigar, seleccionar, sintetizar y jerarquizar, los sucesos de la vida humana que tienen trascendencia social¹³³:

1. *Investigar*. Consiste en la obtención de las fuentes de información, que comprende el saber distinguir cuáles son las fuentes de la información y por qué lo son, exige del informador

¹²⁹ *cf.*, MARTÍNEZ DE SOUSA, J., *op. cit.*, p. 379

¹³⁰ *cf.*, MENENDEZ, A., *op. cit.*, p. 270-271

¹³¹ *apud.*, MUÑOZ BATISTADACAL ALONSO, "Relaciones entre Filosofía y Periodismo", in., *LOGOS.*, no. 32., p. 111-128

¹³² *apud.*, *idem*

¹³³ *cf.*, CASTELLANOS, J.J., *México engañado*, p. 26-31

profesional un conocimiento de la sociedad en la que se desarrolla, una comprensión de la naturaleza de los grupos sociales y una valoración de los mismos en cuanto al impacto de la acción de cada uno en la vida de una ciudad, un estado, un país o, incluso, del mundo entero. Esto requiere, por lo tanto, una preparación superior y una capacidad de hacer juicios sólidos y fundados.

2. *Seleccionar.* Es evidente que aún en las fuentes de información, por importantes que sean, hay sucesos de trascendencia y otros que no lo son, por lo que se precisa seleccionar los hechos más importantes, para ello el informador debe tener capacidad de decodificar, de comprender, los temas que le llegan. Necesita ser experto en interpretar lo que percibe, pues sólo de la comprensión del hecho mismo podrá decidir qué suceso vale o no.

3. *Sintetizar.* Una vez determinado cuál suceso es digno de ser comunicado, el profesional tiene la obligación de presentar los elementos esenciales del mismo. El tiempo y el espacio de los medios no permiten que los sucesos sean difundidos exacta y fielmente, al detalle, como ocurrieron. Es indispensable tomar los elementos esenciales y darlos a conocer para que el receptor, con brevedad, tenga conocimiento del hecho. Por lo tanto, el informador requiere una competencia intelectual suficiente para poder manejar la información sin deformarla y en el momento de sintetizarla para transmitirla.

4. *Jerarquizar.* Respecto a la estructura interna de la información, el comunicador busca dar a conocer el elemento más sobresaliente, más trascendente del suceso. Se debe dar primero lo más importante y dejar para el final lo accidental o secundario. Por otra parte, los medios de comunicación social comparan una noticia con otra, a fin de concretar su ubicación en la presentación morfológica del diario o revista, o en el orden de presentación y tiempo de dedicación en radio o televisión.

Por último, es interesante mencionar que al respecto de esta profesión se considera que el periodista, el profesional de la comunicación necesita la delicadeza del médico, la facilidad del literato, la perspicacia del jurista, el sentido de responsabilidad del educador. Tal amplitud de horizontes exige, por consiguiente, una seria preparación¹³⁴; por lo mismo, necesita de una fuerte

¹³⁴ *cf.*, DEL VALLE, F., *op. cit.*, p. 586

base humanística, técnica, científica y legal, que no se adquiere en la calle ni en la redacción, normalmente¹³⁵; sino en su formación académica y experiencia profesional.

II.2.4 Contenidos programáticos generales de la carrera en México.

A continuación se enlistan una serie de asignaturas, que son de forma general, las que deben o pueden cursar los estudiantes de esta profesión en las distintas Universidades que la ofrecen:

- Historia Mundial, Económica y Social
- Formación Social Mexicana
- Teoría Social
- Taller de Investigación y Redacción
- Economía Política
- Metodología
- Teorías de la Comunicación y la Información
- Introducción a la Lingüística
- Psicología Social
- Desarrollo, Régimen y Estructura de los Medios de Comunicación Colectiva en México
- Géneros Periodísticos Informativos (Nota informativa, crónica noticiosa y entrevista)
- Teorías de los Medios de Comunicación Colectiva
- Lenguaje y Sociedad
- Géneros Periodísticos Interpretativos (Reportaje)
- Técnicas de Información por Cine
- Técnicas de Información por Radio y Televisión
- Psicología de la Comunicación Colectiva
- Introducción al estudio de la Opinión Pública
- Géneros Periodísticos de Opinión (Editorial, artículo de fondo y comentario)

Estas son algunas de las asignaturas obligatorias, de acuerdo al Plan de estudios de la UNAM, además de otras asignaturas optativas. Con base en estas materias, cada Universidad es libre de

¹³⁵ *cf.*, MARTÍNEZ DE SOUSA, J., *op. cit.*, p. 404

elaborar su propio plan de estudios, siempre y cuando se abarque en él las asignaturas expuestas; cuando se esté incorporado a la UNAM, pues si es autónoma tiene total libertad de elegir las asignaturas para su plan de estudios.

Si bien el plan de estudios está concebido para dar al estudiante una formación integral, por lo cual todas las asignaturas resultan importantes, pueden destacarse por su influencia y peso en las diversas áreas de trabajo del profesional de la comunicación, las siguientes¹³⁶:

- a) *Teoría de la Comunicación*, que le permite adoptar una postura personal frente al fenómeno de la comunicación.
- b) *Metodología de la Investigación*, que es igualmente útil tanto para quienes opten por la investigación o la docencia, como para quienes deben indagar y organizar información con miras a producir o evaluar mensajes.
- c) *Redacción*, que es la base a partir de la cual se elaborarán mensajes y campañas.
- d) Grupo de *materias básicas comunes* que consolidan la formación del científico social.

II.3 La Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad del Valle de Orizaba

En el México moderno, y como una inquietud de la sociedad, comienzan a surgir en los diferentes Estados del país, Universidades privadas que tratan de satisfacer las necesidades no resueltas en cuestiones de educación superior por las Instituciones o Universidades gubernamentales. La Institución que a continuación se va a describir, busca cumplir este objetivo, ofreciendo una serie de Licenciaturas para los jóvenes de la ciudad de Orizaba, entre estas posibilidades de educación, se presenta la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, carrera que es objeto de nuestro estudio.

II.3.1 Reseña histórica de la Universidad del Valle de Orizaba¹³⁷

Surgió en Orizaba la primera Institución particular de estudios profesionales, gracias al interés y esfuerzo de un grupo de educadores originarios de esta ciudad, y se le nombró: Instituto de

¹³⁶ *Idem*, p. 280-282, 286

¹³⁷ *Idem*, I.E.S.V.O., *Manual de Bienvenida*, p. 2-3

Estudios Superiores "Valle de Orizaba" (IESVO). La institución viene a atender la creciente demanda de educación superior que reclama la juventud no solamente de la región, sino del Estado de Veracruz.

Las labores del Instituto de Estudios Superiores "Valle de Orizaba" se iniciaron el 5 de septiembre de 1988, ofreciendo las licenciaturas en Ciencias de la Comunicación, Administración, Contaduría, Ingeniería en Sistemas Computacionales.

El 25 de julio de 1991, el I.E.S.V.O. obtiene los acuerdos de reconocimiento de validez oficial que otorga la SEP:

| | |
|--|---------------|
| - Licenciatura en Ciencias de la Comunicación | RVOE 00911859 |
| - Licenciatura en Administración | RVOE 00911860 |
| - Licenciatura en Contaduría | RVOE 00911857 |
| - Licenciatura en Ingeniería en Sistemas Computacionales | RVOE 00911858 |

Con fecha 5 de junio de 1992, ocurre algo trascendental para esta casa de estudios, pues recibe la autorización para impartir un nuevo programa académico: la Licenciatura en Ciencias de la Educación; con lo que se permite usar el término de Universidad, al cumplir con los requisitos que la SEP solicita; adquiriendo con ello el nombre de Universidad del Valle de Orizaba.

Filosofía

La educación humaniza y personaliza, cuando logra que el estudiante desarrolle plenamente su pensamiento y su libertad. Por eso el objetivo de la Universidad es promover una cultura integral, siendo una Institución de vanguardia, capaz de formar profesionales que sobresalgan por sus profundos conocimientos científicos y humanísticos, comprometidos con ellos mismos y con la sociedad en general.

Ideario de la Institución

La Universidad del Valle de Orizaba tiene la concepción de la educación como una actividad humana del orden de la cultura. Ve a la educación como una acción que humaniza y personaliza cuando logra que el educando desarrolle plenamente su pensamiento y su libertad. La educación produce hábitos de comprensión y de comunicación con la totalidad del orden social, por los cuales el hombre humaniza su mundo, crea cultura, transforma la sociedad y construye la historia.

La educación debe reunir la función crítica propia de ella, procurando regenerar permanentemente las pautas culturales y las normas de integración social que fortalezcan la existencia de una sociedad participativa y fraterna. Debe asimismo, convertir al educando no sólo en un ente responsable de su propio desarrollo, sino también en un individuo al servicio del desarrollo tecnológico y socio-económico de su comunidad. Por eso, el IESVO hace suyo el reto de participar activamente en la formación de profesionistas que sobresalgan por sus actitudes, habilidades y conocimientos, y que estén comprometidos con ellos mismos, con la sociedad y con la nación.

II.3.2 Descripción y características generales de la Licenciatura en la Universidad del Valle de Orizaba¹³⁸

La Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, como parte de la Universidad del Valle de Orizaba, comprende:

Objetivo

1. Formar profesionales capacitados en conocimientos y técnicas básicas para el ejercicio de la comunicación colectiva (periodismo, publicidad, relaciones públicas, radio, televisión).

¹³⁸ *cf.*, *ibidem*, p. 5

2. Formar profesionistas aptos para el desarrollo en las diferentes áreas de la comunicación:

- a) Resolviendo los problemas referentes a la comunicación.
- b) Mejorando los aspectos de la comunicación verbal.
- c) Participando en campañas publicitarias y relaciones públicas.
- d) Generando elementos de utilidad para los medios de comunicación impresos.

Desempeño profesional

El campo de trabajo para los profesionales en las Ciencias de la Comunicación se encuentra en las instituciones públicas tanto como en las privadas: diarios, revistas, radiodifusoras, canales de televisión y organismos cinematográficos, agencias informativas nacionales e internacionales, agencias de publicidad y propaganda de organismos públicos de partidos políticos, de sindicatos y de empresas de iniciativa privada, centros de enseñanza superior, instituciones de investigación y en el servicio exterior.

El profesional de esta carrera puede desempeñar funciones de: redactor, articulista corrector de estilo, editor, asesor, conductor de programas de radio y televisión, guionista, corresponsal, publicista, profesor.

Plan de estudios

PRIMER SEMESTRE

Filosofía I

Inglés I

Introducción al Derecho

Investigación en la Comunicación I

Lenguaje I

Sociología I

Teoría de la Comunicación I

SEGUNDO SEMESTRE

Filosofía II

Inglés II

Investigación on la Comunicación II

Lenguaje II

Literatura Universal

Sociología II

Teoría de la Comunicación II

TERCER SEMESTRE

Géneros Periodísticos I

Inglés III

Investigación en la Comunicación III

Literatura Mexicana

Sociología III

Teoría de la Comunicación III

Talleres

Fotografía

Procesador de palabras

CUARTO SEMESTRE

Teoría de la Comunicación IV

Estructuras Sociales de México

Géneros Periodísticos II

Historia del Arte

Inglés IV

Investigación en la Comunicación IV

Talleres

Comunicación Escrita I

Comunicación Gráfica

QUINTO SEMESTRE

Historia de la Educación en México

Informática I

Publicidad I

Semiótica I

Teoría de la Comunicación V

Talleres

Comunicación Escrita II

Comunicación Verbal I

SEXTO SEMESTRE

Informática II

Problemas Económicos de México

Publicidad II

Semiótica II

Teoría de la Comunicación VI

Talleres

Comunicación Verbal II

Medios Impresos I

SEPTIMO SEMESTRE

Ciencia y Tecnología Nacional

Historia del Arte en México

Organización I

Relaciones Públicas I

Talleres

Medios Audiovisuales I

Fotoperiodismo

OCTAVO SEMESTRE

Legislación Nacional

Medios de Comunicación Nacionales I

Organización II

Relaciones Públicas II

Talleres

Medios Audiovisuales II

Medios Impresos II

NOVENO SEMESTRE

Organización III

Marco Legal del Comunicador

Medios de Comunicación Nacionales II

Talleres

Relaciones Públicas

Seminario de Titulación

II.3.3 Perfil del Licenciado en Ciencias de la Comunicación de la Universidad del Valle de Orizaba¹³⁹

II.3.3.1 Conocimientos

El egresado deberá haber adquirido los siguientes conocimientos en el campo de las Ciencias de la Comunicación:

1. Los signos y los símbolos básicos usados dentro de los diversos campos en que vive y se desarrolla el hombre, así como su correcto significado y aplicación, para captar, entender y poder informar con claridad y veracidad lo relativo al que hacer de individuos, instituciones y sociedades.
2. Los elementos necesarios y suficientes de la Gramática y Lexicología, así como de la Literatura Universal y principalmente de la Nacional, para poder desarrollar un lenguaje escrito y oral correcto y entendible, que muestre amplios recursos literarios y que manifieste un estilo propio.
3. Los Géneros Periodísticos principales, sus propósitos y características para poder escribir artículos de utilidad para los medios impresos y de acuerdo con las normas establecidas.
4. Los criterios de diagramado y diseño gráfico suficientes y necesarios para desempeñarse con soltura y eficiencia en los medios impresos de comunicación.
5. Las bases suficientes del idioma inglés para entrevistar a individuos que lo hablen y entender comunicados en los medios impresos, la radio y la televisión que aparezcan en este idioma.
6. Los métodos y técnicas en el campo de las Bellas Artes dentro de las Ciencias de la Comunicación que han obtenido mayor éxito en la transmisión de ideas, la formación de opiniones y el desarrollo de actitudes.

¹³⁹ I.E.S.V.O., Perfil del Licenciado en Ciencias de la Comunicación

7. Los elementos que han definido, los métodos y sistemas que han logrado organizar y optimizar mejor el quehacer del comunicador, tanto en el campo de la comunicación como en el de la investigación y las relaciones humanas.

8. Los recursos que tiene a su alcance el comunicador y el correcto empleo de éstos para lograr un trabajo organizado, significativo, atractivo y conforme a los criterios estéticos vigentes en las Artes Gráficas.

9. *La filosofía, los valores, la conducta y las actitudes relacionadas con la Ética Profesional de un comunicador comprometido moralmente con la sociedad a quien sirve y de la cual forma parte.*

10. Los aspectos normativos que rigen y protegen su actividad profesional y, en un aspecto más general, las que regulan la actividad y personalidad jurídica de individuos, sociedades e instituciones dentro del ámbito nacional. También los aspectos normativos básicos que regulan las comunicaciones a nivel internacional.

II.3.3.2 Habilidades mentales (aprender a aprender)

La habilidad cognoscitiva del egresado deberá haberse desarrollado a un grado tal que sea capaz de:

11. Detectar, clasificar y analizar la información emitida por individuos y comunidades que tenga significancia en el campo de la comunicación, organización e interrelación comunitaria.

12. Comunicar, utilizando en forma óptima los recursos disponibles y con un alto grado de eficiencia, los hechos, las opiniones y las necesidades generadas en su entorno para que la comunidad en que vive esté oportuna, amplia y correctamente informada.

13. Tener un juicio crítico fundamentado respecto a su actividad y obra propia, y a la de otros individuos y sociedades, así como también de fenómenos socio-políticos y económicos, y ser capaz de emitir su opinión para normar criterios y formar opiniones que coadyuven al desarrollo armónico y productivo de una comunidad.

14. Participar como investigador del comportamiento humano para proponer soluciones que modifiquen éste en forma positiva y acorde a las necesidades primarias del entorno social en que vive.

15. Retroalimentar y enriquecer sus conocimientos, opiniones y valores con base en sus investigaciones y experiencias y en forma acorde al desarrollo político, económico, técnico, científico, educativo y cultural de su entorno.

16. Desarrollar habilidades y destrezas relacionadas con los avances técnicos o científicos dentro de su campo profesional.

II.3.3.3 Aptitudes y destrezas (aprender a hacer)

El egresado deberá haber desarrollado sus habilidades en los siguientes campos:

17. El manejo adecuado de equipo fotográfico y de grabación tanto de imagen como de sonido.

18. El diseño de material gráfico, el diagramado de publicaciones y la distribución de los textos para su impresión.

19. El uso de las computadoras como procesador de palabras, herramientas de diseño y accesorio para el manejo de información.

20. El uso de recursos personales y colectivos para establecer, fortalecer, evaluar y enriquecer el vínculo emisor-receptor.

21. La selección y el manejo de los elementos necesarios para la adecuada y eficiente planeación y ejecución de una campaña publicitaria o de orientación educativa.

22. La adaptación o innovación de métodos y técnicas actuales y la transferencia de entrenamiento para resolver nuevas problemáticas en el campo de la comunicación, la publicidad y las relaciones públicas.

23. Capacidad de argumentación, dentro de lineamientos lógicos utilizando recursos audiovisuales, para persuadir a través de la imagen, la palabra y el diálogo al público al que dirige su obra como comunicador social.

II.3.3.4 Características personales (aprender a ser)

El egresado deberá alcanzar, dentro del proceso de información y maduración profesional, las siguientes características:

24. Actitudes positivas de colaboración y entrega para la resolución de problemas de carácter comunitario y para la proposición y ejecución de obras de beneficio social. Sentido de lealtad y compromiso para su comunidad, su estado y su nación.

25. Formación moral de respeto hacia la opinión personal de otros; acato a las disposiciones normativas vigentes en la sociedad donde vive o el medio en que trabaja y apego a la legislación nacional. Valores éticos de alta significancia que aseguren su comportamiento veraz y confiable dentro de su campo profesional.

26. Carácter, temperamento y formación cultural que le permita ser aceptado con diferentes círculos sociales, le facilite el diálogo con individuos de diversas estructuras sociales y le asegure el ser escuchado cuando vierta sus opiniones.

27. Sensibilidad para captar y entender las necesidades de su público y creatividad suficiente para que su trabajo sea de relevancia dentro del momento histórico en que vive y sea significativamente útil y atractivo al individuo dentro de la comunidad a la que dirige su esfuerzo como comunicador.

Al analizar este perfil, básicamente del egresado, que presenta esta Universidad, se pueden encontrar varios datos interesantes que es preciso destacar en este apartado:

* El hecho de que se tome en cuenta las distintas dimensiones del aprendizaje y de la formación de una persona en su proceso de perfección, se considera es de valor significativo, porque en

una primera instancia existe una preocupación de esta institución por brindar, en la medida de lo posible, una preparación académica y humana en las distintas formas del saber humano como lo es el conocimiento, las habilidades mentales, las aptitudes y destrezas, y las características personales.

* Contrastando la presentación del perfil del egresado de esta licenciatura en dicha Institución, se puede afirmar que es un perfil que abarca el ser, el deber ser y el hacer del acto humano y en modo particular de esta profesión; siendo que es necesario que en el mundo profesional actual se establezca de modo explícito estas medidas de la actuación humana, con la finalidad de que los estudiantes conozcan y reflexionen sobre el ser, deber ser y hacer de su acción concreta, tanto en la dimensión individual como en la profesional o social.

* La amplitud de rasgos característicos que establece este perfil, es adecuada, aunque de ningún modo agota la riqueza y complejidad que en materia de conocimientos, habilidades mentales, aptitudes y destrezas, y características personales debe poseer el egresado de esta profesión, pero sí expone la generalidad de las mismas.

* En relación directa, y por ser objeto de nuestro estudio, se destacan dos rasgos esenciales que tienen influencia directa con la dimensión moral o ética de esta profesión, y por su relevancia en nuestro análisis, se retoman textualmente a continuación:

- En el área de conocimientos se establece que el egresado deberá haber adquirido, entre otros conocimientos, la Filosofía, los valores, la conducta y las actitudes relacionadas con la *Ética Profesional de un comunicador* comprometido moralmente con la sociedad a quien sirve y de la cual forma parte.

- Respecto a las características personales (aprender a ser) que el egresado deberá alcanzar, dentro del proceso de información y maduración personal, se establece, entre otras, la *formación moral* de respeto hacia la opinión personal de otros; acato a las disposiciones normativas vigentes en la sociedad donde vive o el medio en que trabaja y apego a la legislación nacional. *Valores éticos* de alta significancia que aseguren su comportamiento veraz y confiable dentro de su campo profesional.

Queda establecido en el mismo perfil de la Universidad del Valle de Orizaba, que el estudiante y/o egresado de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación debe, durante su formación académica profesional, adquirir una serie de características personales y conocimientos relacionados directamente con la ética que rige su actuación profesional.

Sin embargo, y como en capítulos posteriores se estudiará con mayor detenimiento, esta Institución Educativa no presenta, en el Plan de Estudios de la mencionada carrera, la asignatura de Ética Profesional del Comunicador, faltando con ello el cumplimiento cabal de los propios principios establecidos en el perfil del egresado, pues aunque se recibe formación moral o ética en otras materias, no se abarcan todas las exigencias y características particulares que en una asignatura específica de Ética se podrían abarcar y cumplir de este modo con los principios establecidos.

Para solventar esta carencia y considerando la evidencia de la necesidad de formación ética-profesional de este profesionista, surge la trascendencia de estructurar el programa de la asignatura de Ética del Comunicador, con la finalidad principal de brindar una formación integral y de cumplir cabalmente los principios establecidos por la misma Universidad del Valle de Orizaba.

CAPÍTULO III

LA ÉTICA PROFESIONAL EN EL CAMPO DE LA ÉTICA GENERAL

III.1 La Ética como ciencia filosófica

Para entender por qué la Ética es una ciencia filosófica, es necesario conocer con anterioridad qué es la Filosofía y por qué ésta es una ciencia, situación que ha sido a lo largo del tiempo controvertida, pues se ha prestado a discusión sobre si la Filosofía es una ciencia o no, en todo el sentido de la palabra como tal, por ello se partirá definiendo lo que es una ciencia, para proceder a describir lo que es la Filosofía en sí.

Ciencia, se dice es un conocimiento que incluye, en cualquier modo o medida, una garantía de la propia validez; es decir, un conocimiento que incluye una absoluta validez y es, por lo tanto, como conocimiento, el grado máximo de la certeza¹⁴⁰; esto quiere decir que se tiene plena seguridad en la verdad que el conocimiento guarda en sí mismo, por eso la ciencia se puede entender como un conocimiento cierto por sus causas, pues no queda ninguna duda o temor en afirmar que ese conocimiento es así y no de otra manera. Es entonces como se puede estudiar a la Filosofía como una ciencia, ya que no tiene otra pretensión, sino la de investigar el fondo mismo del Universo, las condiciones que hacen posible su existencia, las causas que de hecho han originado las cosas de este mundo, por lo tanto, persigue aquellos conocimientos últimos con plena certeza de ellos¹⁴¹.

Como consecuencia, se afirma que la "Filosofía es el conocimiento científico de las esencias y de los primeros principios de todo ser, o sea, de las causas supremas de todas las cosas"¹⁴². Dicho de otra manera la Filosofía es la ciencia que estudia todas las cosas por sus últimas causas bajo la luz natural de la razón, debido a que estudia todos los entes o criaturas, buscando de ellas su último fundamento que las hace ser substancias.

¹⁴⁰ *cf.*, ABBAGANO, N., *op. cit.*, p. 163

¹⁴¹ *cf.*, GUTIÉRREZ SÁENZ, R., *op. cit.*, p. 33

¹⁴² *Ibidem*, p. 35

Como se estudió, la Filosofía estudia los últimos fundamentos de las cosas, mientras que la Ética estudia los actos humanos en cuanto a su bondad o maldad, es decir, va a profundizar en la esencia de un acto humano hasta encontrar la raíz de su valor bondad, y esto tanto en el orden ontológico (del ser) como en el orden moral, y es por esta razón que la Ética conforma una de las ciencias que son rama de la Filosofía como ciencia primera de ellas, y como tal, va a participar de todos los principios y características propios de la Filosofía. Hacer Ética es filosofar sobre los actos humanos, es investigar las causas supremas de los actos humanos, es decir, escudriñar en lo más íntimo de la conducta del hombre, en la esencia de las operaciones humanas, para vislumbrar allí el aspecto bondad, perfección, o valor, que pueden encerrar en su misma naturaleza, y en su calidad de creaciones humanas¹⁴³.

En síntesis, como lo señala Luka Brajnovic, "la Ética o la Moral natural es la ciencia filosófica teórica y práctica que investiga la moralidad de los actos humanos y estudia los valores, la vida y la conducta moral de las personas y de la comunidad humana, teniendo siempre como fin la honestidad"¹⁴⁴.

Una vez que ya se tiene aclarado el por qué la Ética es una ciencia eminentemente filosófica, se procederá a ubicar a esta ciencia en el marco general de la Filosofía.

III.1.1 Ubicación de la Ética en la Filosofía

A continuación se presenta un cuadro esquemático de la división de la Filosofía, sus ramas y en ellas se resalta la Ética¹⁴⁵:

¹⁴³ *cf.*, *ibidem*, p. 36

¹⁴⁴ *opud.*, URIBE O., H., *op.cit.*, p. 19

¹⁴⁵ GUTIÉRREZ SÁENZ, R., *op.cit.*, p. 44

| | | | |
|---|------------------------|----------------------------|------------------------|
| | | Filosofía de la Naturaleza | 1) Cosmología |
| F | | | 2) Psicología Racional |
| I | Especulativa o Teórica | | |
| L | | | 3) Crítica |
| O | | Metafísica | 4) Ontología |
| S | | | 5) Teodicea |
| O | | | |
| F | | 6) Lógica | |
| Í | Práctica | 7) <u>Ética</u> | |
| A | | 8) Estética | |

Por ser sólo la Ética la ciencia que interesa estudiar, se estudiará la Filosofía Práctica, es decir, aquella Filosofía que establece una serie de principios y fundamentos que llevan a orientar la actuación del hombre, y que comprende la Lógica como la ciencia que estudia los pensamientos del hombre en cuanto su disposición correcta en la mente del hombre, mientras que la Estética estudia los problemas relativos a la belleza y el arte y por último la Ética que - como se estudiará con mayor amplitud -, es la ciencia que estudia los actos humanos en cuanto buenos o malos en relación a su último fin¹⁴⁶.

Se concluye que la "Ética es la rama de la Filosofía que tiene por objeto de estudio la naturaleza moral de los actos humanos y sus consecuencias en la vida social"¹⁴⁷.

Se observa la trascendencia de la Ética como ciencia filosófica práctica, pues no sólo se va a limitar a ofrecer una serie de fundamentos o principios, sino que éstos son aplicables en la vida de cada persona, en concreto en sus actos, los que debe realizar conforme a los principios éticos filosóficos básicos; y los cuales a su vez van a ejercer una influencia social.

¹⁴⁶ *id.*, *ibidem*, p. 42-43

¹⁴⁷ RALUY BALLUS, A., *op. cit.*, p. 13

III.1.2 La Ética como ciencia

Para explicar lo que es la Ética como ciencia, hay que especificar, que la ciencia, además de lo que ya se ha mencionado, "se refiere a un conjunto de conocimientos que se remiten al mismo ámbito del objeto y están mutuamente relacionados formando una conexión de fundamentación"¹⁴⁸, por lo que una ciencia debe contener como tal una serie de conocimientos que concuerden en un objeto, que como se verá la Ética lo posee y es el que lo distingue de otras ciencias.

"Un conocimiento ético no puede ser sino el conocimiento sobre la humanidad, su devenir, sus capacidades de juicio, y los juicios que han formulado sobre su conducta y sobre las normas para guiarla"¹⁴⁹, puesto que es la que va a estudiar todos los actos que inciden en el comportamiento individual y social de cada persona, como actos racionales en los que se implica el juicio que sobre ellos efectúa cada persona como ser moral.

Para comprender de mejor forma la definición de lo que es la Ética, hay que remontarse a su etimología, siendo que la el vocablo "Ética viene del griego *ethikós*, de *éthos*, costumbre, hábito; por ello estudia la conducta, los actos humanos. Por otro lado, se presentan una serie de definiciones reales de lo que significa esta ciencia, a continuación se expondrán algunas de ellas, para tener una visión amplia de lo que es. La Ética se conoce también como Filosofía Moral, y es el estudio y la disciplina Filosófica (ciencia) teórico-práctica y normativa que tiene por objeto no sólo la descripción, análisis y fundamentación (aspecto teórico) de los actos humanos en cuanto a su obrar consciente y libre (aspecto práctico), sino también en cuanto a su regulación (aspecto normativo)¹⁵⁰, porque la "Ética es un saber para actuar, va más allá del puro saber, y sólo cumple su finalidad propia cuando se encarna en la conducta humana, aprender Ética es aprender para la vida"¹⁵¹, porque la vida es el conjunto de actos que realiza el hombre en su desarrollo cotidiano, afirmando nuevamente la trascendencia de la Ética y su función en la vida del hombre.

¹⁴⁸ BRUGGER, W., *Diccionario de Filosofía*, p. 104

¹⁴⁹ GOMEZ ALONSO, P., *La ética en el s. XX*, p. 47

¹⁵⁰ *cf.*, SANTILLANA, *op. cit.*, p. 599-600

¹⁵¹ GUTIÉRREZ SÁENZ, R., *op. cit.*, p. 19

Otra concepción de la Ética, señala que "en cuanto ciencia, descubre, explica y demuestra las reglas de la conducta apropiada. Y en cuanto arte (Filosofía práctica) aplica estas reglas en un sentido muy amplio del término, a la conducta del individuo y se traduce en la buena vida realmente vivida"¹⁵², se vuelve a especificar el hecho de que la Ética como Filosofía práctica se basa en una serie de principios teóricos pero que son aplicados a la vida práctica, en concreto en los actos humanos.

"La Ética descansa en un hecho de experiencia esto es: en la convicción del individuo de que algunos actos son buenos y deben realizarse, en tanto que otros son malos y no deben hacerse, y otros más son indiferentes y pueden hacerse o dejarse de hacer. El que tales juicios sean correctos o no, esto es otra cuestión, pero el hecho es que los individuos así los formulan. La facultad de hacerlo se llama conciencia"¹⁵³, que por el hecho de ser hombre toda persona la posee, es una tendencia al bien y un rechazo al mal, propio de la naturaleza humana y una propiedad ética preponderante para comprender en sí misma a esta ciencia.

"La Ética tiene por objeto definir las condiciones que hacen posible un ideal moral en general, hallar los caracteres propios, peculiares, de eso que llamamos ideal moral, sea éste el que quiera. La Ética no trata de prescribir reglas morales, sino de indicar lo que es una regla moral, ¿cómo?, iluminando la conciencia del hombre para que éste descubra, por sí y ante sí, cuál debe ser la norma de su conducta"¹⁵⁴, y con relación a esta normatización y búsqueda del ideal moral, encontramos que la Ética es una disciplina axiológica en virtud de que, al interpretar la conciencia normativa, ineludiblemente su objeto de estudio lo constituye, por igual, la idea de valor¹⁵⁵, y básicamente de un valor moral.

"La materia de estudio de la ética es la conducta humana, esto es, aquellos actos que el individuo ejecuta conscientemente y voluntariamente y de los que, por consiguiente es responsable"¹⁵⁶; retomando lo que se señalaba al principio de que una ciencia se distingue de otras por un conjunto de conocimientos comunes, o materia, tenemos entonces que el objeto material de esta

¹⁵² FAGOTHEY., *op. cit.*, p. 4

¹⁵³ *Ibidem*, p. 36

¹⁵⁴ MAEZTU, M. de., *El problema de la enseñanza de la moral.*, p. 140

¹⁵⁵ *Idem*, LARROYO, F., *Lecciones de Lógica y Ética.*, p. 184

¹⁵⁶ FAGOTHEY., *op. cit.*, p. 21

ESTA COPIA NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

ciencia está constituido por los actos humanos, y el objeto formal es la bondad o maldad de esos mismos actos humanos¹⁵⁷, considerando el objeto material como la materia, valga la redundancia, que estudia una ciencia, el aspecto de la vida o fenómenos de la naturaleza, en este caso humana que se esté estudiando; mientras que el objeto formal es cómo o qué aspectos del objeto material se va a estudiar, y este objeto es el que realmente va a distinguir una ciencia de otra, pues no hay dos ciencias que tengan el mismo objeto formal, todos son diferentes para cada ciencia, aunque posean el mismo objeto material.

III.1.3 Presupuestos éticos relevantes

La Ética como es una ciencia, está compuesta por una serie de conocimientos que la conforman como tal, sin embargo, parte de estos conceptos éticos son de mayor trascendencia que otros, por ello, a continuación, se procederá a describir algunos conceptos, presupuestos o ideas éticas que desempeñan una función preponderante en el comportamiento moral del hombre.

ACTO HUMANO

Se ha dicho ya que la Ética es la ciencia que estudia los actos morales en cuanto buenos o malos, pero ¿qué es un acto humano?, en el contexto general de las acciones que realiza comúnmente el hombre; pues sí se quiere comprender el objeto de estudio de la Ética, es necesario describirlo en el contexto de la misma ciencia.

Es entonces, cuando se dice que "un acto humano es un acto libre o acto voluntario, opuesto al acto del hombre, que es un acto determinado al que no gobierna la voluntad"¹⁵⁸, es decir, el acto humano voluntario, consciente y libre en la elección y realización de fines, con aceptación responsable de las consecuencias, por tanto, un acto humano es un acto moral¹⁵⁹.

¹⁵⁷ cfr., GUTIÉRREZ SAENZ, R., op.cit., p. 21

¹⁵⁸ GARCÍA ALONSO, L., op.cit., p. 294

¹⁵⁹ cfr., RALUY BALLUS, A., op.cit., p. 79

En la concepción anterior, se puede identificar que se hace referencia de un acto no gobernado por la voluntad, entonces, se deduce que existen dos principales clases de actos, de acuerdo a la intervención que la inteligencia y la voluntad tengan al llevarlos a cabo, estos actos son:

1. *Actos voluntarios o actos humanos*, aquellos que el hombre domina, que controla conscientemente y quiere deliberadamente y de los que es tenido por responsable; y

2. *Actos involuntarios o actos del hombre*, esto es, los que un individuo acontece realizar, pero de los que no es dueño, que no ejecuta conscientemente o quiere deliberadamente, y de los cuales no es tenido por responsable.¹⁶⁰

Entonces, reafirmando lo que se ha dicho, un acto humano es el resultado de un juego recíproco del intelecto y la voluntad humanos o, por decirlo en lenguaje moderno, de sus tendencias cognoscitivas y conativas, que son específicas y propias del ser humano. Estrictamente, intelecto y voluntad no realizan acto alguno en absoluto, sino que no son más que facultades mediante las cuales el hombre entero, la persona, actúa. Para tener un acto humano, no basta que esté dirigido por el conocimiento, sino que, además, ha de ser querido. En efecto, es la unión de conocimiento y voluntad lo que hace voluntario a un acto; por lo que implica un proceso psicológico complejo en el que intervienen el deseo, la intención, la deliberación, la elección, el consentimiento, el uso y el goce¹⁶¹; en esto se resalta la relevancia de considerar al hombre como un ser único y que el fin de la educación sea el perfeccionamiento del hombre de forma integral, abarcando desde luego su dimensión moral, como una de las dimensiones más trascendentes en la vida del hombre.

En síntesis, el acto humano es el que realiza el hombre en cuanto tal, esto es, consciente y libremente. De acuerdo a esto, y como ya dijimos a la intervención de la inteligencia y la voluntad; los elementos de este acto son:

1. La *advertencia*, es decir, el darse cuenta de lo que se hace, estar conscientes de ello, a través del conocimiento;

¹⁶⁰ *cf.*, FAGOTHEY., pp. cit., p. 13

¹⁶¹ *cf.*, *ibidem*, p. 13, 16, 20

2. La *voluntariedad*, el querer ejecutar o no un acto, y otorgar un pleno consentimiento;
3. La *libertad*, o elección personal entre el bien y el mal.

La ausencia de alguno de estos elementos hace que se pierda el carácter de humano, aunque sea considerado un acto del hombre¹⁶²; pues para que el acto sea acto humano requiere necesariamente de estas tres condiciones.

LIBERTAD

No se puede concebir la moralidad de un acto humano si éste no se realizó con plena libertad, por eso es necesario especificar qué significa la libertad en el contexto del ser humano, y de acuerdo a sus potencias específicamente humanas.

Sin embargo, llegar a un concepto completo de lo que es esta propiedad o capacidad humana, es difícil, por la misma complejidad que implica. Para comprenderla mejor se estudiarán algunos conceptos que manejan elementos análogos y que permiten obtener una visión más completa de su trascendencia.

"Un concepto de libertad podría ser el siguiente: la relativa autodeterminación de la voluntad para elegir y realizar conscientemente aquellos fines que estime valiosos, con la aceptación responsable de sus consecuencias"¹⁶³; es relativa, pues aunque el hombre decide por sí mismo se presentan una serie de leyes y principios entre los que debe elegir, y por lo mismo de alguna manera disponen cómo es el deber ser de su actuación. En esta elección hay un pleno conocimiento de lo que se está eligiendo como bien para la inteligencia y por tanto como un valor al cual tender a través de la voluntad.

Se observa que en la definición anterior se manejan los conceptos de voluntad e inteligencia como facultades que intervienen en la elección, por lo que se puede considerar a la libertad como una consecuencia natural de la inteligencia, el ser racional puede ser libre porque lleva en sí una

¹⁶² *cf.*, SANTILLANA, *op. cit.*, p. 43

¹⁶³ RALUY BALLUS, A., *op. cit.*, p. 50

guía natural para servirse de su libertad, esto es: su razón¹⁶⁴, la cual para llevar al sujeto a la acción requiere necesariamente de la voluntad que la lleva a actuar, a desear un bien como parte de una elección, de un juicio propio de la recta razón que señala a un objeto o un sujeto de la acción como bien.

Es necesario mencionar que la libertad no se puede dar en aquellos actos que son del hombre, sino sólo en los actos humanos, ya que la libertad moral en sentido lato consiste en la facultad de poder resolverse a algo sin que lo impidan causas exteriores psíquicamente influyentes contra una amenaza; la libertad moral en acepción restringida, es la facultad de poder resolverse a algo sin que exista la obligación contraria, y de decidirse por un bien evidente a la razón humanas¹⁶⁵.

La libertad humana es, como consecuencia a anteriormente dicho, una cualidad de la voluntad, por la cual elegimos un bien con preferencia de otros. Gracias a esta capacidad de elegir, el hombre se hace dueño de sus propios actos; él es el señor de su conducta, es el artífice de su vida, pues elegir es lo mismo que elegirse, es decir, fabricarse el tipo de vida que se ha querido, gracias a la libertad es capaz de autodeterminarse en sus actos¹⁶⁶.

Como síntesis de las distintas definiciones, se puede afirmar que la libertad presenta las siguientes características¹⁶⁷:

1. Es una cualidad por la cual elegimos algo
2. Depende básicamente de la voluntad; pero tiene como condición necesaria una previa deliberación, la cual depende ante todo de la inteligencia.
3. El objeto elegido siempre es un bien. Lo cual no significa que siempre elijamos bien.

Es indispensable señalar sobre la libertad, que existe la libertad humana, cierto, se da como un hecho de experiencia, pero no todos los actos ejecutados por el hombre son libres, ni entre los libres, todos tienen el mismo grado de libertad, ya que están sujetos al nivel de intervención de la

¹⁶⁴ *cfr.*, FAGOTHEY., *op. cit.*, p. 133

¹⁶⁵ *cfr.*, BRUGGER, W., *op. cit.*, p. 335

¹⁶⁶ *cfr.*, GUTIÉRREZ SÁENZ, R., *op. cit.*, p. 58

¹⁶⁷ *cfr.*, *ibidem*, p. 62

inteligencia y la voluntad en los actos que cada hombre realiza, pero para que sean humanos no lo pueden ser sin la intervención propia de la libertad¹⁶⁸; por eso cuando se juzga un acto realizado por el hombre, para diferenciar su moralidad, es indispensable verificar con profundidad el grado de libertad que intervino en la ejecución del mismo por parte de la persona que actuó.

Por último, con respecto a la libertad y la relación que ésta guarda con la Ética, se afirma que sin libertad se acabaría la ciencia Ética, pues no es posible hablar de moralidad, responsabilidad, obligación, si no es sobre la base del libre albedrío (libertad) como hecho innegable¹⁶⁹; puesto que no hay actos humanos sin libertad, y no hay Ética sin actos humanos, ya que son su objeto de estudio y sin éste no tendría sentido, pues no tendría qué estudiar.

RESPONSABILIDAD

Una propiedad de la dimensión moral del ser humano, que guarda una íntima relación con la libertad es la responsabilidad; pues no puede haber responsabilidad moral sin libertad, así como tampoco podría darse, en sentido ético, libertad sin responsabilidad¹⁷⁰; pues como ya se mencionó, la libertad es la elección de un acto asumiendo la responsabilidad de sus consecuencias.

Es entonces como la responsabilidad surge como una consecuencia necesaria de la libertad de la voluntad y de la imputabilidad fundada en ella. En virtud de ésta, la persona moral, como causa decisiva de su obrar bueno y malo, deba responder de sus actos ante su conciencia, el mundo ético circundante. El sujeto de la responsabilidad es la persona capaz de acción moral; el objeto lo constituye la acción peculiar y plenamente humana procedente de la parte esencial espiritual del hombre a través de su voluntad libre¹⁷¹: siempre que se comete un acto humano, se adquiere responsabilidad respecto a los efectos que traiga consigo.

¹⁶⁸ *cfr.*, *ibidem*, p. 69

¹⁶⁹ *cfr.*, *ibidem*, p. 73

¹⁷⁰ *cfr.*, RALUY BALLUS, A., *op. cit.*, p. 71

¹⁷¹ *cfr.*, BRUGGER, W., *op. cit.*, p. 484

Se concluye entonces que la responsabilidad es la propiedad del acto humano por la cual el sujeto que lo ejecuta debe dar cuenta de él. La responsabilidad está en función de la libertad del sujeto. La razón de la responsabilidad que recae sobre él está justamente en el hecho de que ese acto se ha originado en una elección libre del sujeto. El libre albedrío consiste, por tanto, en el dominio de sí mismo. Es la capacidad de elegir por propia determinación¹⁷²; cuando una persona no acepta ni asume la responsabilidad de un acto, se puede afirmar que está actuando en contra de su moralidad y de su libertad; y no ha alcanzado la madurez necesaria para adquirir esa responsabilidad.

*Libertad y responsabilidad, son por lo tanto, los elementos decisivos de la moral; porque sólo el hombre, a través de su conciencia, puede ejercerlas para dignificarse, mediante lo valioso del objetivo que las inspira. Tal objetivo es el bien; el bien que cada uno está en condiciones de realizar, el bien común exigible a todos, el bien que, al dignificar a quien lo practica, beneficia a los demás¹⁷³; y que debe ser norma de la acción personal de cada hombre, cumpliendo con el objetivo de la voluntad, que es precisamente tender hacia el bien y procurar que todas las acciones sean para su posesión; que en ese momento plenificará al que lo obtenga.

CONCIENCIA

Se ha mencionado anteriormente el papel de la conciencia en relación al acto humano con la Ética, ya que la conciencia implica un reconocimiento del bien y del mal, la percepción de una obligación moral que se impone a la persona ante la moralidad propia de un acto, que es moral justamente por su doble dimensión de bondad y de maldad¹⁷⁴; por lo que se considera a la conciencia como un elemento indispensable en la elección de la libertad y en la moralidad de todo acto humano.

"La conciencia, suele referirse al alma consigo misma, como una relación intrínseca al hombre interior o espiritual, por la cual se puede conocer de modo inmediato y privilegiado y, por lo tanto, se puede juzgar a sí misma de manera segura e infalible. Se trata, por lo tanto, de una noción en

¹⁷² cit., GUTIÉRREZ SÁENZ, R., op. cit., p. 211-212

¹⁷³ VILLALPANDO, J. M., op. cit., p. 414-415

¹⁷⁴ cit., SANTILLANA, op. cit., p. 269

la cual el aspecto moral - la capacidad de autojuzgarse - se relaciona estrictamente con el aspecto teórico, la posibilidad de conocerse de manera directa e infalible¹⁷³; situación que implica el estudio que el hombre debe realizar de sí mismo y de sus potencias específicamente humanas.

"El término conciencia, entendido en su uso ético, designa la relación que es capaz de establecer el alma consigo misma dando lugar a un tipo privilegiado de conocimiento, por la capacidad que ésta posee de autojuzgarse moralmente al distinguir y comprender el sentido axiológico de la conducta"¹⁷⁶; a partir del cual el hombre debe retomar para guiarse en su desarrollo y formación integral.

"La conciencia moral en sentido lato significa la capacidad del espíritu humano para conocer los valores, preceptos y leyes morales (sindéresis); en acepción estricta, designa la aplicación de éstos al obrar propio inmediato. Es aquella autoridad interior que manifiesta al hombre de manera enteramente personal y forzosamente perceptible lo que debe hacer o dejar de hacer, que emite su juicio antes de la acción como voz avisadora, prohibitoria, preceptiva o permisoria, y como fuerza laudatoria o condenatoria (remordimiento), después de ella"¹⁷⁷; que se distingue de la conciencia psicológica, la cual sólo comprende el hecho de darse cuenta de algo que esta sucediendo en el ambiente que le rodea en ese momento a cada sujeto.

"La acción normativa de la conciencia, como se ve, es indispensable a la construcción de la personalidad, dadas la variedad y la complicación de la realidad terrena. La vida es un compromiso entre el espíritu y la materia, entre el ideal y la realidad, entre lo temporal y lo eterno. Y no siempre es fácil encontrar el punto exacto de inserción del uno en el otro en cada acción concreta propuesta al individuo"¹⁷⁸; situación que es indispensable considerar en el proceso de educación de todo individuo, en especial, de la formación de su dimensión moral.

¹⁷³ ABBAGANO, N., *op. cit.*, p. 169

¹⁷⁶ RALUY BALLUS, A., *op. cit.*, p. 66

¹⁷⁷ BRUGGER, W., *op. cit.*, p. 126

¹⁷⁸ GNOCCHI, C., *op. cit.*, p. 199

VALOR

Como se ha estudiado, el valor o bien de un objeto, es hacia lo que tiende la voluntad en todo acto humano. Por lo mismo, es necesario conocer qué es el valor, en el marco de la axiología, como la ciencia que estudia los valores humanos.

En sentido vulgar, valor, es todo aquello que no nos deja indiferentes, que satisface nuestras necesidades o que destaca por su dignidad¹⁷⁹; por tanto, valor es aquello a lo que tiende la voluntad en todo acto, al presentarse como un bien.

Los valores, en una definición real, se consideran como entes espirituales, que no los crea el hombre, sino que los encuentra en las cosas y los descubre en ellas y en sí mismo, a través de una percepción muy compleja, en la que intervienen en grado distinto de intensidad - según el sujeto y naturaleza del objeto valorado - las facultades que nos permiten su captación: sensibilidad, intuición, conciencia, razón. Los valores existen en sí y por sí, independientemente de que sean realizados o percibidos por el sujeto¹⁸⁰; situación que es necesario tener muy en cuenta para evitar subjetivismos, en el sentido de considerar como valioso sólo lo que a cada persona lo concibe como tal, sin considerar su valor o bien propios por el sólo hecho de ser, de existir.

"Los valores son trascendentes, es decir, sólo se dan con toda su perfección en su propia esencia; pero en su existencia real se dan con una gama muy variada de perfección. Son preferibles, lo cual indica la base de una relación con el hombre, que se inclina hacia ellos en cuanto los capta. Y, con todo, son objetivos, o sea, no dependen, en su existencia y grado, del conocimiento o juicio que de ellos profiera alguien en particular¹⁸¹; pues si así fuera se daría lugar a un relativismo axiológico.

¹⁷⁹ *cf.*, SANTILLANA., *op. cit.*, p. 1412

¹⁸⁰ *cf.*, RALUY BALLUS, A., *op. cit.*, p. 125, 128

¹⁸¹ GUTIÉRREZ SÁENZ, R., *op. cit.*, p. 97

BIEN

La conducta humana, al realizar actos humanos, como ya se mencionó, tiende al bien, a la esencia de bondad que posee un determinado objeto. "Por bien entendemos por el ser en cuanto apetecible, trascendental, original y relativo; bueno es lo perfecto, lo actual (lo que está en acto)"¹⁸²; y lo que conduce al que lo posee a la perfección.

El bien va a constituir aquello que es considerado por la voluntad como un fin deseable del acto que se esté llevando a cabo. El bien origina el sentimiento subjetivo de una carencia y en la deseabilidad de un objeto capaz de satisfacerla¹⁸³; al poseer dicho objeto o bien.

Entonces consideramos un bien cuando algo puede perfeccionar a un ente, y por lo tanto, es apetecible para él. La bondad o el valor, en cuanto razón intrínseca de la cualidad de bueno, se distingue del bien concreto, es decir, del ente que es bueno. Atendiendo al contenido objetivo, se dividen los valores o bienes en puramente materiales, biológicos (por ejemplo la salud), psíquicos (por ejemplo el placer) y los espirituales (intelectuales, estéticos, morales, etc.)¹⁸⁴; estos bienes entre sí guardan una jerarquía, pues aunque cada uno posee una importancia característica, para el desarrollo y plenificación humanas van a adquirir mayor trascendencia los bienes espirituales que los físicos; sin olvidar que todos son importantes en la formación integral del ser humano, pues si alguno se restringe, se estará reduciendo la naturaleza humana y sus dimensiones (física, psicológica, espiritual).

Concluimos con base en las definiciones anteriores, que el bien en general, constituye todo lo que posee valor, precio, dignidad, mérito, bajo cualquier título que lo posea. Bien, en efecto, es la palabra tradicional para indicar lo que en lenguaje moderno se denomina valor¹⁸⁵; y como tal es el objeto de la voluntad y el fin para elegir en la libertad.

¹⁸² GARCÍA ALONSO, L., *op. cit.*, p. 295

¹⁸³ *cf.*, SANTILLANA, *op. cit.*, p. 185

¹⁸⁴ *cf.*, BRUGGER, W., *op. cit.*, p. 81

¹⁸⁵ *cf.*, ABBAGNANO, N., *op. cit.*, p. 130

Con respecto al bien, y en relación a lo que nos interesa, encontramos que existe un bien común, que es el que todos los hombres deben perseguir para su perfección, pues si sólo se quedarán en un nivel individualista, de nada les serviría poseer ese bien. Sin embargo lo que es el bien común y lo que implica se estudiará dentro del marco de la Ética Profesional, por la trascendencia que guarda en relación con ésta.

MAL

Así como existe el bien, así se presenta a la naturaleza humana el mal, como el elemento carente o privado del bien debido, y sobre el cual va a depender la elección libre que el hombre realice en cada uno de sus actos. La concepción metafísica del mal consiste en considerarlo como el no ser frente al ser, que es el bien, o en conceptuarlo como una dualidad del ser. La noción subjetivista lo considera, no ya como una realidad o irrealdad, sino como el objeto negativo del deseo o en general del juicio de valoración¹⁸⁶.

El mal moral o mal ético, tiene como fundamento la libre decisión de la voluntad en contra del bien y de la ley moral. El mal moral, como todo mal, carece en cuanto tal, de ser propio inmediato oponible al bien¹⁸⁷; cuando una persona se decide por el mal moral, está atentando contra su propia naturaleza, en cuanto a su dimensión moral y en cuanto a la tendencia positiva de la voluntad hacia el bien.

VIRTUD

La virtud (del latín vis = fuerza) capacita a la voluntad para actuar de modo efectivo. Es un tipo particular de cualidad que inclina a la voluntad a las buenas obras; las virtudes se dirigen, pues, a la acción, a la actividad, a la operación: propiamente pertenecen sólo a la voluntad, puesto que la voluntad es el poder de la actividad¹⁸⁸, por lo tanto las virtudes se desarrollan únicamente a partir de los actos humanos y no de los actos del hombre, quedando comprendidas en el ámbito de la Ética y la moralidad humana.

¹⁸⁶ *cf.*, *ibidem*, p. 765

¹⁸⁷ *cf.*, BRUGGER, W., *op. cit.*, p. 346

¹⁸⁸ *cf.*, DE TORRE, J.M., *Compendio de Filosofía*, p. 374

La adquisición de una virtud - fruto de un principio superior: la razón, que mueve a realizar actos, los cuales luego se convertirán en hábitos, fundamentados en un conocimiento inmediato de los principios universales de la moral - supone siempre para el hombre un progreso en su perfección personal. Cuando se alude a virtud no se hace referencia sólo a la capacidad de actuar bien, sino sobre todo al mismo ejercicio habitual, estable, del bien obrar. La virtud perfecciona en cada hombre su capacidad operativa de hacer el bien¹⁸⁹; es por ello que en la formación moral se debe procurar ante todo la preparación de hombres virtuosos, que practiquen hábitos buenos en su desarrollo como personas.

NORMA Y LEY MORAL

La Ética como una ciencia que establece una serie de principios normativos y al ser ella propiamente una ciencia normativa, por lo mismo, y valga la redundancia, establece una serie de normas a seguir, es decir, normas como la expresión concreta del deber ser; siendo que este deber ser no solamente implica un mandato o deseo sino que puede asumir distintas modalidades como la norma, el principio, las leyes, etc.¹⁹⁰; que el hombre debe como derecho y como deber conocer, para saber comportarse en un medio eminentemente moral, de acuerdo a su propia naturaleza moral.

"El hombre es esencialmente e inevitablemente normativo. No puede vivir su vida sin normas - acertadas o erradas - del mismo modo que no puede pasarla sin cosas, sin objetos reales"¹⁹¹; pues no puede desarrollarse en una comunidad, sino posee una guía de acción, pues sería imposible convivir y relacionarse con los demás; puesto que cada quien desearía cumplir su voluntad sin importar la opinión de la gente con quien vive.

"Las normas morales en su conjunto forman lo que conocemos con el nombre de ley moral, es decir, la ley que ordena el bien y prohíbe el mal moral; puédesse llamar también norma de moralidad, pero por ésta se suele entender el principio de moralidad, que determina la esencia de

¹⁸⁹ cf., PELÁEZ, M.A., Ética, profesión y virtud, p. 13-14

¹⁹⁰ cf., LARROYO, F., op. cit., p. 183

¹⁹¹ ARROYO SOTO, A., El secreto profesional del abogado y del notario, p. 364

lo moralmente bueno, sin explicar su cualidad de debido o impuesto¹⁹²; es decir, la ley moral establece una serie de principios o normas moral inmutables y únicas para todo ser humano.

En relación con esta ley, es evidente, como hecho de experiencia, que la moral cambia, pero que debe haber una moral, de principios universales, que contenga verdades válidas en absoluto y no simplemente aceptadas en una época, esta es la finalidad verdadera de la ética¹⁹³; y es precisamente la ley moral la que proporciona esas verdades válidas.

Santo Tomás de Aquino nos proporciona la siguiente definición de ley moral: "Es una ordenación de la razón, promulgada para el bien común por quien tiene el cuidado de la comunidad"¹⁹⁴; es una ordenación y por lo mismo implica una jerarquía; dada por la razón para adquirir su concepto de humana; con el fin del bien común, pues la ley va a regular la vida humana en sociedad, en una comunidad, hacia la consecución del perfeccionamiento individual y social.

En síntesis, decimos que la ley surge del término orden, imposición o mandato por lo que es una regla constante y universal, según la cual se cumple o debe cumplirse un cierto orden de cosas; es entonces cuando decimos que la ley moral es el modo común y universal de actuar impuesto al ser libre en función de su ser y finalidad: es la norma que le indica el camino hacia la consecución de su fin natural¹⁹⁵.

VERDAD

"Verdad en sentido ético (veracidad, amor a la verdad) significa no sólo la coincidencia del hablar con la persuasión interna, sino también la coincidencia de la acción externa con la actitud interna, así como el enjuiciamiento honrado de sí mismo y la voluntad leal de llegar al conocimiento de la verdad"¹⁹⁶; que proporciona paralelamente el descubrimiento del bien en esa verdad de cada cosa.

¹⁹² BRUGGER, W., *op. cit.*, f. 332

¹⁹³ *cf.*, BARBOSA DÍAZ, C., *Principios de Ética*, p. 34

¹⁹⁴ *ibid.*, GUTIÉRREZ SÁENZ, R., *op. cit.*, p. 189-190

¹⁹⁵ *cf.*, CASTRO COSSIO, B., *Ética Filosófica*, p. 76, 83

¹⁹⁶ BRUGGER, W., *op. cit.*, p. 55

Por lo tanto, entendemos por verdad la validez o la eficacia de los procedimientos cognoscitivos, cualidad por la cual un procedimiento cognoscitivo cualquiera resulta eficaz o tiene éxito¹⁹⁷; fin que persigue todo acto humano, tender al éxito y a la plena consecución de un bien.

La veracidad constituye un aspecto de la Ética Profesional indispensable, si el profesionista o estudiante desea cumplir con uno de los principios fundamentales de la ciencia Ética.

DERECHO

Al mencionar la palabra Ética normativa, resurge al pensamiento, el derecho, es decir, las propiedades a las que el hombre tiene facultad de recibir o de que le sean otorgadas de alguna forma por los demás hombres.

El derecho natural, es la norma constante e invariable que garantiza infaliblemente la realización del mejor ordenamiento de la sociedad humana¹⁹⁸; en la comunidad donde el hombre se desarrolla, hay una serie de derechos que deben ser respetados y ejecutados por parte de todos y cada uno de los miembros de dicha sociedad.

La ley y el derecho son dos principios directivos de la conciencia moral que van íntimamente unidos: la ley engendra un derecho y éste exige una ley, el orden moral que se establece por una ley, presupone siempre la legitimidad de tal ley en función de un derecho existente¹⁹⁹.

DEBER

Es bien sabido que a todo derecho corresponde una obligación o un deber. El deber, es la acción conforme a un orden racional o a una norma. El deber ser implica lo posible normativo; aquello que se puede prever o exigir que suceda de acuerdo con la base de una regla o norma a la que

¹⁹⁷ *cf.*, ABBAGNANO, N., *op. cit.*, p. 1180

¹⁹⁸ *ibidem*, p. 293

¹⁹⁹ *cf.*, CASTRO COSSIO, B., *op. cit.*, p. 87

se reconoce validez²⁰⁰; por lo que en la ley moral se presentan una serie de deberes por quienes la cumplen y dirigen sus actos a través de sus principios.

"El deber descansa en la libertad que tiene el hombre de autodeterminarse y regirse por sus principios racionales²⁰¹; lo cual implica una referencia directa con el acto humano y la Ética, como una libre elección ante la dualidad que se presenta en todo acto moral. "Donde quiera surge un deber, invariablemente lo acompaña la nota moral; por cuanto todo deber tiene carácter ético, obliga en conciencia y su violación voluntaria implica responsabilidad"²⁰².

Reafirmando la idea anterior, se dice que "la moralidad consiste en considerar como móvil de la acción la idea misma del deber. El móvil de la acción es la voluntad, mientras que la idea del deber reside en la razón. Por lo tanto, moralmente buena es aquella acción de la voluntad que está en armonía con la razón consciente del deber"²⁰³.

JUSTICIA

Por último, se presenta la justicia como presupuesto ético trascendente. En general, el orden de las relaciones humanas o la conducta del que se adapta a este orden, implica el concepto de justicia. Conformidad de la conducta a una norma²⁰⁴; en este caso a una norma moral, el cumplir con el principio de justicia, es cumplir con la moralidad de una acción, con el compromiso que el hombre adquiere ante su dimensión moral y la consecución de sus actos.

III.2 La Ética Profesional

El hombre moderno, como profesionista o no, está continuamente enfrentado a situaciones en las que es muy difícil decir adónde llega lo lícito y dónde comienza lo ilícito; a propuestas en las que no se ve claramente cuál sea la parte del deber y cuál la del interés egoísta; a formas y sistemas de vida desconcertantes por su novedad, de los cuales no es fácil establecer una relación con los

²⁰⁰ *cf.*, ABBAGNANO, *op. cit.*, p. 280-281

²⁰¹ RALUY BALLUS, A., *op. cit.*, p. 90

²⁰² MENENDEZ, A., *op. cit.*, p. 65

²⁰³ BRAJNOVIC, L., *op. cit.*, p. 45-46

²⁰⁴ *cf.*, ABBAGNANO, N., *op. cit.*, p. 713

principios inmutables de la moralidad y, por ende, definir su naturaleza moral²⁰⁵; surge entonces, la necesidad de encontrar una guía para saber actuar conforme a la moral, y esta guía, este camino, es mostrado para el profesionista, como persona que nos interesa en este momento, por la Ética Profesional, ciencia que depende de la Ética General y retoma sus principios, aplicándolos en concreto en la vida profesional de cada hombre que lo sea.

"La Ética Profesional recuerda al universitario los principios estudiados en Ética General, para iluminar las situaciones prácticas de sus relaciones sociales específicas. Trata de analizar esas situaciones y, sobre todo, de inspirar la actitud personal que debe prevalecer en el alma del profesionista ante el conflicto permanente entre las sollicitaciones del mal y las exigencias de la buena conciencia"²⁰⁶. La Ética Profesional, como asignatura, es una exigencia, que en todas las profesiones se debe cumplir, siempre y cuando el objetivo a alcanzar sea formar al estudiante en su totalidad, integralmente.

Es entonces, y con referencia a esta exigencia educativa, cuando el profesionista universitario deba comprender²⁰⁷:

1. Que su responsabilidad moral es mayor por la dotación de conocimientos que ha recibido y la capacidad que se le ha creado.
2. Que la moralidad y su función no puede hoy reducirse a la aureolada pasividad del buen ejemplo, sino que tiene la insurrogable responsabilidad de la acción; y
3. Que la acción específica que todo el mundo espera de su capacidad profesional es la orientación ideológica.

Ética Profesional o Moral Profesional, se suele definir como la Ciencia normativa que estudia los deberes y los derechos de los profesionistas en cuanto tales, en un marco de legalidad moral. La función específica de la actividad profesional consiste en establecer o restablecer el orden

²⁰⁵ GNOCCHI, C., *op. cit.*, p. 199-200

²⁰⁶ MENENDEZ, A., *op. cit.*, p. X

²⁰⁷ *cf.*, *ibidem*, p. 9

necesario al bien común²⁰⁸; cumpliendo de esta forma con una de las expectativas más trascendentales que persigue un buen profesional, sea la ciencia que a la que se comprometa a defender y profesar.

Es necesario aclarar al respecto, que la Ética Profesional se le conoce también con el nombre de Deontología, concepto que en el capítulo siguiente se desarrollará con mayor profundidad, pero que es preciso definirlo en este momento para verificar su relación con el término de Ética Profesional. Entonces la Deontología es la ciencia o trabajo de los deberes, cuya función es normar o señalar taxativamente los deberes a que deben atenerse los sujetos que desarrollan determinadas actividades; problemática que se engloba en el concepto de Ética o Deontología profesional²⁰⁹. "Por lo tanto, la Deontología se refiere primordial y fundamentalmente a los deberes específicos del profesional, que en todo caso y en líneas generales consiste en²¹⁰:

- a) la preparación adecuada (estudio, aprendizaje, capacitación específica);
- b) el ejercicio competente y honesto de la profesión;
- c) la entrega al trabajo profesional;
- d) la realización de las prestaciones, resultantes de este trabajo, en favor del bien común y al servicio de la sociedad;
- e) el constante perfeccionamiento del propio saber profesional sin considerarlo jamás como algo limitado o superado, sino como el punto de partida;
- f) la exigencia justa de obtener no sólo el prestigio profesional, sino también los medios materiales (económicos) para una vida digna.

En estos seis puntos se encuentran los aspectos éticos de cualquier profesión. Pero, como es natural, cada profesión tiene sus características específicas que resultan de la ordenación y de las prestaciones, del tipo de trabajo y de su grado de influencia, o simplemente de la relación que puede tener sobre o con los demás hombres, con la sociedad²¹¹; aspectos que es indispensable

²⁰⁸ *cf.*, *ibidem*, p. 12, 15

²⁰⁹ *cf.*, URIBE O., H., *op. cit.*, p. 20

²¹⁰ BRAJNOVIC, L., *op. cit.*, p. 65

²¹¹ *idem*

estudiar en el capítulo siguiente, acerca de la profesión del comunicador, objeto de nuestro estudio.

III.2.1 Profesión y vocación

No se puede explicar que es la Ética Profesional, si antes no se tiene en cuenta que es la profesión y la vocación, y cuál es la relación o dimensión ética de ambas.

"La profesión no le proporciona una capacidad cualquiera a quien la desarrolla; sino una capacidad peculiar que lo faculta específicamente para contribuir con inteligencia y eficiencia al bien común. La profesión implica un deber para con la sociedad"²¹², y al presentar un deber, contrae una obligación moral de ejercer rectamente esa profesión a la cual se está preparando.

En la jerarquía de valores que el profesionista posee o va adquirir, no puede desconocer ni invertir, el lugar que la persona ocupa, este es, el primer lugar²¹³; aspecto en el que es deber de la Universidad resaltar, y que es de relevancia considerar, para partir de él en la conceptualización de una Ética Profesional correcta; pues si el concepto de hombre se restringe, se reducirá por consiguiente la función de la moral en la profesión de cada hombre.

Sin embargo no se ha delimitado en qué consiste la profesión, que adquiere algunas vertientes como que es una "capacidad calificada, requerida por el bien común, con peculiares posibilidades económico-sociales"²¹⁴; y que cumple con las expectativas personales, de acuerdo a su vocación.

La profesión podemos definirla como "la aplicación ordenada y racional de parte de la actividad del hombre al conseguimiento de cualquiera de los fines inmediatos y fundamentales de la vida humana"²¹⁵; es el medio por el cual la persona encuentra su plenificación en la vida.

²¹² MENENDEZ, A., *op. cit.*, p. IX

²¹³ *cf.*, *ibidem*, p. 20

²¹⁴ *idem*

²¹⁵ PEINADOR NAVARRO, A., *op. cit.*, p. 2

Brajnović establece que la profesión - determinada por el área de su actividad propia - exige del profesional la aptitud y la capacidad de ir realizando, previa preparación para ello, un determinado y especializado trabajo público al servicio de un grupo social o de la sociedad entera; trabajo, que a su vez, ofrece un prestigio a la profesión y al profesional, una cierta estabilidad y un interés económico a la persona que realiza este trabajo por vocación o por elección propia²¹⁶; y de esta forma se cumple con la organización o estructura que presenta una sociedad, en consecución del bien común.

El hombre como miembro de una sociedad, y como un ser social por naturaleza, ejerce su profesión como un fenómeno esencialmente social, debido a que se ejerce en beneficio del prójimo y de la sociedad organizada, y mediante el el hombre participa en la vida social. Este elemento esencial de la profesión enseña que ella es una actividad práctica y, por consiguiente, regulada por una norma ética²¹⁷; para funcionar dentro del orden que la sociedad como estructura establece.

Entender la profesión como servicio, equivale a reconocer en ella su carácter social; puesto que en el ejercicio profesional, se cumple un servicio que el sujeto da a la sociedad, y por tanto, la formación en las profesiones, proviene de la propia vida social, se nutre de ella y se dispone para ella. A título de servicio social el ejercicio de las profesiones no reconoce grados - o jerarquías -, por igual representa actividades de las que la sociedad necesita, y por tanto requiere ejecutantes para todas, en la proporción adecuada²¹⁸.

Directamente relacionado con la profesión se presenta lo profesional, como todo aquello que relaciona al hombre con la profesión o con una profesión, como parte agente en ella o como beneficiario de la misma. Es el vínculo moral, originado de los postulados de la ley natural, o jurídico, proveniente de las ordenaciones positivas del legislador humano, que, dentro de la convivencia social, enmarca a determinadas personas en un orden especial o específico, el orden profesional. Como consecuencia el profesional, es todo aquél que tiene encomendada, de

²¹⁶ apud., cf., SORIA, C., Derecho a la Información y Derecho a la honra., p. 95

²¹⁷ cf., DEL VALLE, F., op. cit., p. 611

²¹⁸ cf., VILLALPANDO, J.M., op. cit., p. 386, 388

manera habitual, una misión especial que cumplir en beneficio de los demás, con la contrapartida a su favor del derecho a la justa compensación de su trabajo²¹⁹; en orden al bien común.

"El profesionista no puede eludir, ni aislada ni solidariamente, la tremenda conciencia y responsabilidad que le confiere su privilegiada personalidad de universitario"²²⁰; puesto que no todos los hombres pueden ni tienen la oportunidad de adquirir una profesión, resaltando el deber que contraen los que sí lo pueden para con los demás.

Como el cerebro para el hombre, así es la clase profesional para la sociedad: el órgano coordinador y rector de todas las actividades²²¹; el que va a dirigir las principales y más trascendentales acciones que influyen y modifican la vida de todos los integrantes de una sociedad, asumiendo de esta manera una responsabilidad inmensa, al tener la situación privilegiada de estudiar y conocer un poco más los fenómenos propios y complejos de la naturaleza humana.

Todo profesionista, para llegar a serlo, necesita prepararse, recibir una educación especial que lo introduzca al mundo de las profesiones. En esta preparación resalta la competencia, la cual debe significar en la conciencia de todo profesionista una colaboración dinámica y permanente de todo su ser, en toda su dimensión física y espiritual, con una tendencia conjunta hacia el bien común, debe existir la suficiente idoneidad y preparación en las materias propias de la profesión; el suficiente interés real y permanente del profesionista por las ciencias que especifican su profesión; que se traduce en estudio constante²²²; cumpliendo con ello con uno de sus deberes éticos como estudiante.

"Un profesional debe ofrecer una preparación especial en triple sentido: capacidad intelectual (consiste en el bagaje de conocimiento que, dentro de su profesión, lo hacen apto para desarrollar trabajos especializados); capacidad moral (el valor del profesional como persona); capacidad física (salud y cualidades corpóreas)²²³; puesto que como ya se ha estudiado, el hombre es uno,

²¹⁹ *cf.*, PEINADOR NAVARRO, A., *op. cit.*, p. 6-7

²²⁰ MENENDEZ, A., *op. cit.*, p. 29

²²¹ *Ibidem*, p. 40

²²² *cf.*, *Ibidem*, p. 70, 74

²²³ GUTIÉRREZ SÁENZ, R., *op. cit.*, p. 239

y por lo mismo su educación debe ante todo tender hacia una formación integral que abarque todos los aspectos y dimensiones humanas, sin reducir o ignorar alguna de ellas.

*El profesionista contrae, como obligación esencial y primordial, la de trabajar con la inteligencia; el estudio. La dignidad profesional obliga a buscar incansablemente el mejoramiento y perfección de los sistemas aprendidos en la Universidad²²⁴; el evitar la mediocridad en búsqueda de la verdad y de la plenificación de todo su ser y la trasmisión de esa perfectibilidad a los demás, a través de su servicio profesional.

La capacitación del hombre para la profesión, no es una labor aislada, ni independiente de las distintas modalidades formativas. Su dimensión personal y su aspecto social, implican una sólida e insustituible relación con otros aspectos de su integración personal, sin los que aparecería como adiestramiento vacío, carente de humanidad, y por ello sin valor ninguno. Así se explica que la educación profesional sea tan sólo un modo de la educación completa, que sea únicamente una forma específica y caracterizada de la educación integral. La educación profesional, es en esencia, educación social; se educa para servir a la sociedad y para vivir dentro de ella con apuro a moldes o estilos ya estructurados, para los que se requiere satisfacer específicas y señaladas exigencias²²⁵.

III.2.2 La relación entre profesión y su dimensión ética

La profesión como acto humano, implica la intervención de toda la persona como un ser total y único en su realización, es decir, que abarca todas las potencias específicamente humanas y todas las dimensiones, entre ellas la dimensión moral.

El servicio implica en la profesión una actitud que la eleva a un nivel espiritual en el que es natural y frecuente el contacto con el mundo del ideal. Hay una cultura obligatoria, que es un deber ineludible de nuestros profesionistas, si no quieren ser simples espectadores inertes de la civilización moderna: Es la Cultura Moral, con un serio conocimiento de los deberes de estado y

²²⁴ MENENDEZ, A., *op. cit.*, p. 78

²²⁵ *id.*, VILLALPANDO, J.M., *op. cit.*, p. 396-397

problemas educativos²²⁶; es decir, la cultura de la Ética Profesional o Deontología como exigencia personal y social de plenificación.

La capacidad moral, es el valor del profesional como persona, lo cual da una dignidad, seriedad y nobleza a su trabajo, digna del aprecio de todo el que encuentra. Su capacidad moral le da mayor relieve a su propio trabajo; pero además, lo hace valer no sólo como profesional, sino como persona, fuera de su ambiente de trabajo²²⁷; eleva su carácter como persona, le otorga una superioridad, ya que plenifica en mayor medida el acto profesional.

"La Moral Profesional es el modo de ejercer una profesión, siempre que ese ejercicio vaya animado por una convicción de servicio social y que no menoscabe la integridad personal de quien lo realiza"²²⁸; puesto que en el momento que se reduzca al hombre se estará atentando a su naturaleza única y a su dimensión moral como sujeto de acción.

"La Moral Profesional implica un conjunto de normas, principios y valores que gobiernan o deben gobernar el nivel profesional en general, y en particular a cada una de las diferentes ramas en que se divide"²²⁹; ante esta situación, surge la necesidad de elaborar una Ética Profesional para todas las profesiones que hasta nuestros días existen, con la finalidad de regularlas con una orientación moral que indique a cada estudiante cuáles son sus deberes y derechos con respecto a la ética profesional propia de su carrera u oficio.

Es entonces cuando se afirma que todas las profesiones tienen su Ética específica o especial a sus características, funciones y conocimientos. En verdad, toda acción humana, de consecuencia social, comprende Ética, esto es, comprende normas de comportamiento, consignado lo que es lícito y lo que no lo es²³⁰, y es la profesión un acción con efectos sociales significativos que repercuten la esencia y propiedades de la misma sociedad.

²²⁶ *cf.*, MENENDEZ, A., *op. cit.*, p. 28, 60

²²⁷ *cf.*, GUTIÉRREZ SÁENZ, R., *op. cit.*, p. 240

²²⁸ VILLALPANDO, J.M., *op. cit.*, p. 390

²²⁹ RALUY BALLUS, A., *op. cit.*, p. 233

²³⁰ NERICI, I.G., *op. cit.*, p. 512

"La principal deficiencia que puede advertirse en la formación profesional, cualquiera que sea su procedencia, es la falta de una plena responsabilidad, en esta deficiencia está el germen de todas las actitudes profesionales falseantes del adecuado sentido de rectitud personal y de efectivo sentido social y progreso cultural²³¹; lo que es un indicador evidente de la necesidad que nuestro profesionistas manifiestan con sus actitudes, de que durante su formación o educación profesional reciban una preparación ética correcta y completa, que cumpla con las exigencias personales de formación integral y con las de la sociedad en el sentido de ser bien servidos y conseguir el bien común a través de los profesionales.

La educación moral, como fundamento y designio de todas las formas educativas particulares guarda con la educación profesional esa misma relación; robustecida además por el sentido social que debe animar a toda profesión. La Moral Profesional o Ética Profesional, ha de ser una consecuencia de esta relación, la intención, como los actos, la efectividad del servicio, como la equidad en los horarios, la convicción social como la actuación personal, han de ser para el profesionista materia de una conciencia normativa que ponga de manifiesto su auténtica y cabal formación²³²; que va a recibir durante sus estudios universitarios, quizá como única oportunidad de hacerlo de forma sistemática y profunda.

Por último es necesario señalar al respecto de la Ética Profesional, que en ocasiones a ésta se le reconoce con el término de Deontología, que algunas veces varía un poco del de Ética Profesional, pero en sí significan lo mismo. Para clarificar este asunto, se exponen a continuación algunas definiciones de lo que es la Deontología:

"Deontología es un término creado por Jeremy Bentham para designar una ciencia de lo conveniente, es decir, una moral fundada en la tendencia a perseguir el placer y huir del dolor y que, por lo tanto, prescinde de toda apelación a la conciencia, al deber, etc. La tarea del deontólogo - dice Bentham - es enseñar al hombre la manera de dirigir sus emociones de modo que queden subordinadas, en cuanto es posible, a su propio bienestar²³³; y que persigan ante todo el bien de los demás a los que sirve a través de su profesión.

²³¹ VILLALPANDO, J.M., *op. cit.*, p. 394

²³² *Ibidem*, p. 398

²³³ ABBAGNANO, N., *op. cit.*, p. 292

Por consiguiente la Deontología Profesional, de acuerdo a su etimología significa la doctrina o tratado de lo que es menester, el deber (viene del griego deón lo que es menester, el deber; y del latín logos, doctrina, tratado). Por tanto y reafirmando la teoría de Bentham, la Deontología es la ciencia de los deberes o teoría de las normas morales. Aplicada a las profesiones, se denomina Deontología Profesional, y es la disciplina que se ocupa de determinar y regular el conjunto de responsabilidades éticas y morales que surgen en relación con el ejercicio de la profesión, especialmente en aquellas dimensiones que tienen repercusión social²³⁴; y que va a adquirir una dimensión especial para cada una de las profesiones que la practiquen.

Antes de especificar los presupuestos característicos de la Ética Profesional, hay que señalar que relacionada con la Deontología se encuentra la Ética Social, como la ciencia de las normas concernientes a la actuación moral rectamente ordenada en el dominio social, es decir, a las normas de acción de las formaciones sociales y del individuo, miembro de dichas formaciones, con relación a ellas. Las normas de la Ética social han de extraerse de la esencia del hombre como ser social y de las formaciones sociales fundadas en esta esencia²³⁵; y como profesionista es un ser social, miembro de una comunidad a la que va a influir y servir con su trabajo.

La moral es siempre moral pública o social; en rigor, no puede hablarse de moral privada porque el hombre sólo es hombre en y por la comunidad; lo moral, entonces, es considerado como un producto de la convivencia social que desaparecería en el acto si el hombre viviese en total aislamiento²³⁶; sin disminuir el carácter individual de cada persona, el cual se perfecciona en ese ámbito social que le es natural y en el que vive.

III.2.3 Presupuestos éticos profesionales

Como ya se estudio, en la Ética general hay una serie de ideas o conceptos básicos que la distinguen como ciencia Filosófica; de estos presupuestos hay algunos que recobran mayor relevancia con respecto a la Deontología o Ética Profesional; a continuación se desarrollarán los

²³⁴ *cf.*, SANTILLANA, *op. cit.*, p. 379

²³⁵ *cf.*, BRUGGER, W., *op. cit.*, p. 225

²³⁶ *cf.*, MAEZTU, M. de., *op. cit.*, p. 118-119

que se consideran fundamentales para toda profesión que se guíe por principios éticos; sin que por ello los demás no sean importantes o no se consideren como parte de esta rama de la Ética:

ACTO PROFESIONAL

"El acto profesional, en su aspecto individual, debe poseer todas las cualidades que hacen moralmente buena a la acción humana, en tanto acto humano. Pero por su naturaleza misma exige que el profesional, amando su vocación tenga conciencia de su capacidad, perfeccione ésta en cuanto sea posible y consagre a ella su actividad, de tal forma que otros cargos u ocupaciones no le resten las debidas energías para el cumplimiento de lo principal"²³⁷.

Al respecto surge la cuestión de que un acto humano está determinado, en cuanto su valor moral, no por el contenido que se maneje, sino en la máxima de la acción, es decir, es bueno si vale no sólo aquí y ahora, sino para todos los hombres y en todos los tiempos²³⁸; es universal y permanente.

En todo acto destaca el motivo o intención que lo mueve, en un acto profesional, la intencionalidad de realizarlo implica el logro de una finalidad u objetivo; por lo que la intención que se tenga al realizar un acto varía considerablemente el valor moral del mismo²³⁹; lo que destaca el que se deban desarrollar intenciones que conduzcan a la perfección, al desarrollo de cada persona y de los que se relacionan con ella.

RESPONSABILIDAD

La responsabilidad, como ya se mencionó, entabla una relación muy estrecha con la libertad. El profesional o estudiante de una profesión tiene una responsabilidad significativa, consigo mismo, con su trabajo y con la sociedad a la cual está sirviendo.

²³⁷ DEL VALLE, F., *op. cit.*, p. 611-612

²³⁸ *id.*, MAEZTU, M. de., *op. cit.*, p. 136

²³⁹ *id.*, GUTIÉRREZ SAENZ, H., *op. cit.*, p. 64

Un profesional que no adquiriera la responsabilidad de los actos y decisiones que toma; no estará cumpliendo con uno de sus deberes éticos básicos, que es el asumir las consecuencias de todos sus actos profesionales. Siempre ante cualquier trabajo, sea el estudio o sea el desempeño profesional laboral, requiere que la persona sea responsable de lo que vaya o esté realizando, para cumplir de este modo con una de sus obligaciones como persona y como profesional.

La Ética de la responsabilidad invita a los profesionistas a que adquieran una actitud de considerar en sus acciones el conjunto de las previsible consecuencias, y les pregunta, desde el punto de vista del contenido de valor de la realidad, cuáles son las consecuencias mejores en conjunto, para que entonces puedan actuar en consecuencia, sin temor a cometer algún error que afecte el bien común²⁴⁰.

"Pero la responsabilidad no sólo se debe vivir durante la preparación profesional, sino y sobre todo se debe cumplir cuando el profesional está inserto en la sociedad y ante la cual adquiere una responsabilidad mayor: a) siendo consecuente con la verdad; b) cumpliendo con ejemplaridad los deberes que le competen como profesional y como hombre; c) contribuyendo cuanto le sea posible, en favor de la justicia, respeto, comprensión y concordia entre los hombres. Este modo de comportarse no sólo le viene exigido por la más alta educación que ha tenido oportunidad de recibir, sino también como algo que la sociedad tiene derecho a esperar del universitario, ya que esos niveles educativos, con el especial cultivo de la inteligencia que conllevan, son soportados en cierto modo por toda la sociedad para que aunque sólo sean seguidos por una parte de ella, reviertan en estimación de los valores del espíritu y logros científicos y culturales que a todos interesan"²⁴¹.

DEBERES FUNDAMENTALES DEL PROFESIONAL²⁴²

El profesional, al ejercer una función social, tiene la obligación de responder a ciertos deberes fundamentales como parte de su formación y competencia. El primer deber social que debe advertir todo hombre es el de no menospreciar ningún derecho ajeno, en realidad, no sería

²⁴⁰ cfr., SPAEMANN, R., *Ética: Cuestiones fundamentales*, p. 73

²⁴¹ LÓPEZ MORATALLA, N., *et al.*, *Deontología Biológica*, p. 96

²⁴² cfr., PARODI DELFINO, L., *Ética Profesional del Periodista*, p. 25-26

posible establecer un verdadero orden jurídico, ni garantizar un orden social sin el reconocimiento y el efectivo respeto de los derechos humanos fundamentales, que nacen de la misma naturaleza humana y de ella reciben su validez.

Otro deber básico para el profesional, considerado como ser racional y social, es lo de obrar y perfeccionarse como conviene a persona responsable y cumplida.

El profesional debe considerar la profesión como un perfeccionamiento moral e intelectual de su persona y como un esforzado servicio a la sociedad; lógicamente, siendo el hombre un ser comunitario, su actividad profesional debe tener un destino marcadamente comunitario.

Al profesional se le exige la competencia necesaria en su especialidad, que es fruto de estudios y de aplicación; en el ejercicio de la profesión se le impone la observancia escrupulosa de la justicia, tanto en corresponder la prestación debida como en exigir el honorario conveniente.

Estrictamente relacionado con la justicia, es el deber moral y legal de reparar los daños causados por propia culpa, sea por ignorancia culpable o negligencia.

BIEN COMÚN

El bien es aquello que va a perfeccionar a un ser; pero el sólo esa perfección se encerrará en un ámbito de individualidad, quedaría reducido en su naturaleza; aunque no quiere esto decir que no se persiga o alcance un bien personal o individual a través del bien común. En la profesión, lo que se busca es ante todo el bien, pero no un bien cualquiera, sino aquel bien que conduce a la perfección de toda la sociedad a la que el profesionista sirve, este bien es el bien común.

"La profesión esencialmente penetra en el constitutivo formal de la sociedad, para no limitarse a una ayuda privada, sino para convertirse en necesidad para el bien común"²⁴³; como logro de su objetivo de plenificación humana.

Entendemos, por consiguiente, que el bien común es un valor en sí o un valor de servicio; con frecuencia significa ambas cosas. El bien común como valor de servicio significa el recto estado o

²⁴³ PEINADOR NAVARRO, A., *op. cit.*, p. 4

la recta disposición de la vida común como tal. En virtud del bien común los miembros de la comunidad deben a ésta lo que se presenta como motivado o positivamente exigido por él²⁴⁴; cumpliendo con una de las finalidades propias de toda profesión, que es un servicio público, sin restricciones de ninguna especie.

El bien común, más que referirse a bienes determinados, implica un conjunto de condiciones que hacen posible y favorecen el desarrollo de la cultura de la persona y de las sociedades intermedias. Al bien común tocan todos aquellos bienes necesarios o convenientes al desarrollo y bienestar de los miembros de la sociedad y que ellos mismos no pueden proporcionárselos²⁴⁵; y que cada profesión en su contenido específico puede otorgar y así lograr que las personas adquieran de alguna manera, cultura.

El bien común no existe como algo independiente y separado de las mismas personas que conviven, sino como algo en lo que todas participan de un modo personal, igual que personalmente contribuyen a que este bien exista²⁴⁶; porque todas las personas forman cada una parte de la sociedad, y cumplen con su profesión u oficio con una responsabilidad y compromiso común.

La finalidad del trabajo profesional es el bien común. Sin este horizonte y meta, una profesión se convierte en un medio de lucro o de honor, o simplemente, en el instrumento de la degradación moral del propio sujeto²⁴⁷; propiciando a la desintegración de la sociedad y del propio hombre como ser moral.

VERDAD

Otro aspecto o presupuesto básico para el desarrollo moral de los profesionistas es la verdad, ya que todo conocimiento que éstos adquieren tienen como finalidad principal conseguir la verdad de lo que están estudiando, de su objeto de conocimiento.

²⁴⁴ *cf.*, BRUGGER, W., *op. cit.*, p. 83

²⁴⁵ *cf.*, DERISI, O.N., *Los fundamentos metafísicos del orden moral.*, p. 237

²⁴⁶ *cf.*, MILLÁN PUELLES, A., *op. cit.*, p. 51

²⁴⁷ *cf.*, GUTIÉRREZ SÁENZ, R., *op. cit.*, p. 239

Como derivado de la verdad y en relación a los profesionistas, se manifiesta la veracidad: el conformar con los pensamientos interiores las palabras y el comportamiento exterior, lo que implica una coherencia entre lo que una persona piensa y hace como sujeto de acción. La mentira, la simulación y la hipocresía atentan directamente a las exigencias de la convivencia social, y del servicio que todo profesionista presta a una comunidad²⁴⁸.

El deber de dar a cada uno lo suyo está en la base de cualquier ordenamiento social justo y, por tanto, de una pacífica y laboriosa convivencia profesional; corresponde al profesionista el deber de decir la verdad, y en ello consiste la virtud moral de la veracidad, sin la cual la convivencia humana no podría darse²⁴⁹, ya que toda relación entre personas debe sustentarse en la verdad como uno de los pilares que mantienen en armonía y objetividad ese trato humano.

El culto a la verdad al pensar, al hablar y al actuar; el culto de la verdad debe figurar como base de todo pensamiento y de toda obra; presidiendo toda la vida intelectual y la vida moral²⁵⁰, que los estudiantes deben adquirir como parte de su formación integral en favor del bien común.

SECRETO PROFESIONAL

Como propio de cada profesión se encuentra manifiesto el secreto profesional, que es un presupuesto ético particular de cada profesión, con matices de acuerdo a cada una de ellas.

La moral es necesaria para la vida humana e inseparable de ella, que particularmente lo es para la vida profesional y dentro de ésta en especial para el secreto, se comprende que éste último esté regido por normas de carácter moral²⁵¹; por tanto, el secreto profesional es expresar aquello que sea lícito y reservarse lo que es íntimo y no público.

²⁴⁸ *cf.*, PEINADOR NAVARRO, A., *op. cit.*, p. 167

²⁴⁹ *cf.*, PELÁEZ, M.A., *op. cit.*, p. 69

²⁵⁰ *cf.*, MENENDEZ, A., *op. cit.*, p. 86

²⁵¹ *cf.*, ARROYO SOTO, A., *op. cit.*, p. 351

JUSTICIA

A la justicia se le conoce como el hecho de darle a cada quien lo que le corresponda; es decir, que como profesionistas y de acuerdo a la rama que cada quien haya elegido de entre todas las ciencias, deben cumplir como un deber de justicia de brindar los propios conocimientos y servicios a las personas que les corresponde recibirlo, cumpliendo con un deber profesional y con los derechos de los sujetos que reciben ese servicio.

"La justicia da sentido y dignidad humana a las diversas formas de convivencia, que sin ella se reducirían a la sola práctica y llegarían a un caos que no podría tener estabilidad ni forma de progreso"²⁵², es por ello que todo profesionista debe ser justo, para cumplir con su responsabilidad de mantener la armonía social de las relaciones humanas.

VIRTUD

Por último, se destaca el desarrollo de la virtud como presupuesto ético trascendente para la perfección profesional. Las virtudes morales influyen notablemente en el desarrollo de la actividad profesional, favoreciendo el esfuerzo por conseguir la competencia que a cada uno corresponda. La misma perfección del trabajo humano exige, junto a los hábitos técnicos, artísticos, científicos, la posesión de las virtudes morales²⁵³; esto es el ejercicio de actos humanos buenos; que plenifiquen y otorguen mayor valor al ejercicio profesional y a su capacitación o formación académica.

²⁵² BUENO, M., *Principios de Filosofía*, p. 230

²⁵³ *id.*, PELÁEZ, M.A., *op. cit.*, p. 16

CAPITULO IV

UN NUEVO HORIZONTE MORAL: LA DEONTOLOGÍA DEL COMUNICADOR

En la sociedad en la que vivimos, existe una latente necesidad de sus miembros de recibir información, de conocer los sucesos actuales y presentes del mundo en el que se desarrolla una persona, de verificar las posibilidades de información que tiene a su alcance.

Las empresas informativas, los informadores y los medios de comunicación de masas están sometidos a una amplia responsabilidad social y profesional, como parte de sus deberes que asumen desde el momento de convertirse en servidores de la sociedad por medio de su profesión; que exige por parte de esa sociedad un compromiso ético, que cumpla en el campo informativo con principios éticos como la veracidad de la información, el secreto profesional, la responsabilidad, la libertad de expresión, el respeto a la vida pública, privada e íntima, la opinión pública, los códigos de conducta, la comunicación antisocial, etc.²⁵⁴

Ante esta exigencia social, surge como un nuevo horizonte moral la Deontología del comunicador, como una necesidad de respeto a la dignidad y derechos del hombre, entre los que se encuentra el derecho a la información, a ser informado y a informar. Es por ello que es trascendente el que los profesionales de la comunicación se preparen desde un aspecto ético profesional, para cumplir con su deber como profesionista, como hombre y como servidor de una comunidad a través de su trabajo, que debe perseguir con firmeza el bien común de la sociedad en la que realiza su actividad profesional.

Los temas propios, entre otros, de la Deontología del Comunicador, y que deben ser considerados como pilares de esta formación ética profesional son:

- a) Las obligaciones éticas del comunicador: su preparación profesional, su capacidad, su responsabilidad.
- b) El mundo ético de la profesión de la información: la verdad, la justicia y la libertad.

²⁵⁴ cf., VÁZQUEZ FERNÁNDEZ, F., op.cit., p. 13

- d) El carácter social del proceso de la comunicación: el público, la competencia, la comunidad del trabajo, la empresa, el poder público establecido.
- e) La responsabilidad referente al cargo que el comunicador desempeña en los distintos puestos y funciones que puede ejercer y para los que está preparado profesionalmente.
- f) La clase de medio en que trabaja: prensa, radio, cine, televisión, etc.²⁵⁵

Estos temas o contenidos característicos de la Deontología del Comunicador, serán desarrollados y ampliados en este capítulo, con el fin de fundamentar la necesidad de una formación ética especial para esta profesión.

IV.1 Ética y Deontología del comunicador

La Ética o Deontología del comunicador, es una ciencia de origen reciente, como lo es la misma profesión como tal; ha sufrido una evolución histórica, determinada por el mismo progreso que la sociedad, la vida del hombre y el mundo en general ha tenido, gracias a la ciencia y a la tecnología que se ha desarrollado vertiginosamente; lo cual propicia la revalorización de los aspectos humanos más esenciales, como lo es su dimensión moral, afectada por el avance de la comunicación e información, que influye directamente en el comportamiento y conducta humana.

Vivimos en una sociedad mundial de la Información, la cual dispone de medios, técnicas y canales de primer orden dentro de las nuevas tecnologías. La información es nuestro "control social" y de la información se sirven -con poderosos procedimientos- los poderes políticos, sociales y económicos, de las grandes potencias, para bombardearnos con etonirasi sus mensajes interesados y con una férrea "intencionalidad mercantilista", que utilizan a la comunicación como el medio manipulador para controlar a la población. Es entonces, cuando la Deontología informativa es exigida, con urgencia, desde una sociedad manipulada y seducida por una información desinformante y pertinazmente mendaz; que requiere ser liberada hacia la verdad²⁵⁶

Para comprender mejor lo que es la Deontología, es necesario conocer su origen como ciencia. Es Jeremy Bentham, quien desarrolla esta nueva ciencia en 1834, la cual nace sellada por una

²⁵⁵ cfr., BRAJNOVIC, L., *op.cit.*, p. 70-71

²⁵⁶ cfr., VÁZQUEZ FERNÁNDEZ, F., *op.cit.*, p. 112

nota caracterizadora: el pragmatismo, como imperativo que rige la vida del hombre en la sociedad, con el objetivo de gratificarse al máximo y de privarse al mínimo; buscando el para qué se hace algo. Así pues la Deontología aparece como un tratado de moral aplicada (pragmática), para una sociedad carente de auténticas normas razonables de comportamiento. Esta ciencia, goza de un rigor reflexivo y analítico de los conceptos de las virtudes y de los vicios, de la ciencia moral y del estilo de vida moral que perfecciona al individuo y a la sociedad entera²⁵⁷

Jeremy Bentham, define a la Deontología, primero, partiendo de su etimología. Señala que la palabra Deontología se deriva de dos vocablos griegos: *to déon* (lo que es conveniente) y *logía* (conocimiento), es como si dijéramos el conocimiento de lo que es justo y conveniente. En cuanto arte es lo que es conveniente hacer, en cuanto ciencia, es conocer lo que conviene hacer en toda ocasión. Esta ciencia sirve para aclarar la inteligencia de modo que pueda guiar la voluntad en busca del bienestar, poniendo a su disposición los medios más eficaces. La voluntad siempre tiene a la vista esto fin²⁵⁸.

Como ciencia, la Deontología se guía por una serie de normas, que de acuerdo con la concepción de Bentham, van a tener básicamente tres principales características:

1. Pertenecen a una Ética aplicada y social (la Deontología como disciplina-puente entre el Derecho (lo extrapersonal) y la Ética (lo personal y libre), que adquieren su validez en su utilidad, conveniencia, interés y ser creadoras de bienestar individual y social.
2. Son concretas (frente a lo abstracto del deber y el bien supremo) y surgen como reglas de conducta social.
3. Tienen por objeto: la dicha de la humanidad, la dicha de cada hombre en particular y la dicha de cada uno de todos los hombres²⁵⁹.

Se observa, como la Deontología surge ante la necesidad de normar de forma moral, aspectos de la vida profesional y personal de toda persona. Así como Bentham, creador de esta ciencia, otros

²⁵⁷ *cf.*, *ibidem*, p. 112-116

²⁵⁸ *cf.*, *ibidem*, p. 116, 119

²⁵⁹ *cf.*, *ibidem*, p. 123

autores se dedican a describir otras facetas y características de la Deontología, como lo es Antonio Rosmini o Max Simon.

Hasta este momento se ha mencionado, a grandes rasgos, lo que es la Deontología y sus elementos primordiales. Con base en estos conceptos descritos, se puede llegar a conceptualizar la Deontología en el campo de la información o comunicación, es decir, la Deontología informativa, como ciencia ética que se ocupa de los aspectos ético-deontológicos del campo de la información.

Se considera que la Deontología informativa es: "Un conjunto de normas profesionales, mínimas y clarividentes, que regulan la conciencia profesional de informador, basadas en la veracidad y la responsabilidad profesional, con cierto sentido utópico de aspirar a <<lo deseable como mejor>>. Exigen un constante proyecto de perfeccionamiento profesional"²⁶⁰. Es decir, especifica la Ética Profesional que en el marco de la información se debe seguir, de acuerdo a una normatividad razonada de elementos deontológicos que implican esta profesión, como un servicio de perfeccionamiento integral.

En este perfeccionamiento profesional e individual, destacan dos compromisos éticos del informador, que es la autonomía y la responsabilidad de este profesionista.

La autonomía profesional debe estar garantizada con un mínimo de margen y de capacidad de independencia en la función de informar. Sin autonomía no existe acción ética auténtica y originaria; sin responsabilidad, las actitudes éticas son absorbidas por comportamientos rutinarios, externos y masificados y sin contenido personal. Sin embargo, no se debe confundir autonomía con independencia absoluta, sino que es necesario valorar la autonomía de la persona como una actitud autocontrolada de decidir por sí mismo en cada situación: disponer de una capacidad libre de querer y decidir sin previas manipulaciones y alteroinfluencias. Se trata siempre de una libertad responsable, sin la cual no se puede hablar de un acto ético o moral en el pleno sentido de la palabra, pues es indispensable, para otorgar un grado de moralidad, que haya libertad²⁶¹.

²⁶⁰ *ibidem*, p. 125

²⁶¹ *cf.*, *ibidem*, p. 127

Esta autonomía y responsabilidad profesional, junto con la normas deontológicas (de autorregulación profesional y autocontrol), asientan en su cometido de proponer a los informadores deberes-limitativos-orientadores, supradadores de obligaciones coercitivas y heterorreguladores de conducta²⁶², respetando la libertad profesional y personal, pero dando una guía, un camino en el cual se indiquen a los informadores cuáles son las actitudes éticas que debe tomar en una situación determinada, que afecte en el aspecto moral de la sociedad.

IV.1.1 La formación moral del comunicador

Después de estudiar lo que es la Deontología y su relación con el proceso informativo y la profesión de la comunicación es evidente la necesidad de esta ciencia para este tipo de profesionistas.

La actividad del informador, como profesión, exige un conjunto de habilidades, métodos, técnicas, esquemas basados en la reflexión y enseñanza; poniendo de relieve la importancia representada por la formación integral de estos profesionistas²⁶³, en la que ocupa un lugar preponderante la preparación ética especializada en esta rama del saber humano, porque cualquier persona que ejerza alguna actividad relacionada con el periodismo, con la misión de proporcionarle información a la comunidad, bien sea esporádica o permanentemente, profesional o empíricamente, en forma principal o secundaria, debe comportarse de acuerdo con los criterios éticos de la profesión; ya que la ética de la profesión se fundamenta en unos principios dirigidos a establecer la responsabilidad del comunicador frente a la sociedad²⁶⁴.

La sociedad, los avances tecnológicos, la misma profesión exige que sus estudiantes, sus profesionales tengan conocimiento de su labor en el campo de la Deontología, su compromiso de estar preparados en esta rama del saber, para cumplir de esta forma con sus deberes éticos ante la sociedad y ante ellos mismos.

²⁶² cfr. *ibidem*, p. 128

²⁶³ cfr. CASTELLANOS, J.J., *op. cit.*, p. 34-35

²⁶⁴ cfr. HERRÁN / RESTREPO., *Ética para Periodistas*, p.36

La formación ética profesional de los informadores o comunicadores, es necesidad que surge ante su compromiso que como profesionistas contraen, al ser una parte esencial de la formación integral que reciben en la universidad, y posteriormente en su experiencia laboral. Si se ignora o se disminuye su relevancia, puede dar lugar a una deformación de los objetivos de la información o comunicación humanas, provocando una serie de problemas sociales como la manipulación o la masificación a través de los medios de comunicación masivos.

Esta formación ética, debe ante todo, responder a una formación académica, por lo que la sola experiencia en el ejercicio de las funciones propias del comunicador o la sola competencia no predisponen para asumir un comportamiento ético en el ejercicio profesional. El respeto mutuo y la colaboración en las actividades, el intercambio de conocimientos, y de experiencias son, en cambio, la garantía de un mejoramiento a nivel ético de todos los profesionales de la comunicación²⁶⁵, que van adquiriendo en su preparación universitaria.

Con respecto a esta formación moral, Luka Brajnovic comenta: "El profesional de la comunicación debe tener claros los principios éticos, no sólo por su propio bien, sino por el bien de los demás. En ello reside su responsabilidad, de la que no se puede liberar mientras ejerce su profesión. La ignorancia o la mediocridad, los métodos deshonestos o moralmente dudosos, las noticias escandalosas o inventadas o sensacionalistas y huecas de interés fueron en ciertas épocas, lugares y medios, las causas del desprestigio de esta profesión. Las mismas causas atentan y atentarán mientras y en donde existan contra la buena fama y prestigio de la profesión, digna en sí misma de ser respetada por toda la sociedad"²⁶⁶.

Este es el motivo por el cual, se estudiarán con mayor detalle los presupuestos y aspectos éticos de la información o comunicación a lo largo de este capítulo.

²⁶⁵ *cf.*, *ibidem*, p. 39

²⁶⁶ *ppud.*, CASTELLANOS, J.J., *op.cit.*, p. 45

IV.1.2 Ética de la información y conciencia profesional²⁶⁷

En el capítulo anterior, se estudió de forma genérica qué era la conciencia, como un elemento ético indispensable de considerar como parte de esta ciencia. La conciencia, es, por tanto, la propiedad que tiene el espíritu humano de aplicar juicios normativos espontáneos e inmediatos sobre ciertos actos individuales determinados cuando se aplica a actos futuros del agente, es una elección; si se aplica a actos pasados, se manifiestan sentimientos de gozo (satisfacción) o de dolor (remordimiento) de acuerdo con la moralidad que haya tenido el acto.

La conciencia es una facultad cuyo principal objetivo es el perfeccionamiento del hombre, pues al indicarle a éste lo que debe o no hacer, lo está conduciendo hacia un pleno desarrollo, no sólo en su dimensión moral, sino en su totalidad como ser humano. Es decir, si la conciencia moral es auténtica, debe servirle al hombre para llegar a ser lo que es potencialmente. Un encuentro consigo mismo y un poder que dispone el hombre para humanizar la sociedad, condición que todo profesionalista debe considerar para desarrollarse de la mejor manera posible en su trabajo, como servidor de una comunidad, a la que tiene que responder como profesionalista y como persona, guiado por su conciencia.

Es por ello, que la conciencia profesional añade a la conciencia personal individual, algo de capital significación: convertirse en conciencia interpersonal, dado que la responsabilidad ética de un profesional esta cualificada por valores y deberes de su profesión. Entonces la conciencia profesional es una dimensión esencial de la conciencia individual, que se manifiesta en un comportamiento social responsable acerca de los deberes específicos de una profesión, después de haber internalizado, asumido y personalizado un código ético, mediante un proceso de socialización, y de poseer una madurez y el equilibrio personal suficientes para estudiar, aplicar y resolver problemas profesionales con la mejor competencia y rectitud posibles. Aquí se entrecruzan tres rasgos o componentes de la conciencia individual realizada socialmente: lo personal, lo profesional y lo vocacional.

Dado que la conciencia humana precisa, además de ser personal o encarnada en cada individuo, estar inmersa realmente en la vida profesional, en la que debe inscribirse todo hombre para llevar

²⁶⁷ *cf.*, VÁZQUEZ FERNÁNDEZ, F., *op. cit.*, p. 141-153

a cabo su quehacer peculiar; y por último, sentirse impregnado de una vocación o entrega de por vida a su profesión, adecuarse óptimamente con las exigencias de ella e identificarse vivamente con las pautas ideales del profesional dentro de un espíritu de grupo con sus colegas; como servidores en un campo específico de una comunidad que requiere sus funciones.

La conciencia profesional en relación con la ética de la información, regula fundamentalmente sus obligaciones esenciales de adquirir una adecuada preparación y de servir a la sociedad una información objetiva y veraz, poniendo como objetivo primordial la defensa de los derechos e intereses que están exigidos por la dignidad de la persona y la rectitud de intención; condiciones indispensables que se tienen que abordar en su formación integral como profesionista de la comunicación, dadas por su conciencia profesional.

Por último, respecto a sus deberes éticos y su conciencia profesional, es preciso mencionar que el radical cometido de la Ética de la información se puede expresar en tres objetivos y vertientes:

1. Frente a la masificación, *conciencia personal*

Se debe romper con el conformismo en que ha caído la comunidad a la que se dirige la comunicación, en búsqueda de la individualidad y el respeto a cada persona, sin llegar al gregarismo que destruye la libertad y autonomía, que conduce a la masificación, en la que lo que importa ya no es la personalización sino la colectivización.

2. Frente a la manipulación colectiva, *libertad creadora*

En íntima relación con la masificación, se debe cuidar de no caer en una manipulación de la información, en la que se impida a cada persona tomar sus propias decisiones, sino que se le condiciona para actuar conforme el informador lo desee, reduciendo su libertad y manipulando sus ideas, costumbres y formas de vida.

3. Frente a la pasividad informativa, *actitud crítica*

Una actitud que conduzca a interpretar, juzgar y definir el contenido de los datos los hechos y de los acontecimientos noticiables. No se trata de una crítica pasiva que describe lo negativo, lo inmoral, sino de una crítica -que significa juzgar o someter a juicio- que investiga, que advierte y denuncia lo fraudulento o injusto, que pone las cosas en sus justos límites y que no pacta con lo convencional y el conformismo burocrático. Implica también ser objetivo.

IV.2 La comunicación como medio de influencia en la sociedad

La comunicación es un proceso que ha adquirido a lo largo del tiempo distintos cambios y progresos tecnológicos, los que han dado la oportunidad de que este proceso informativo se haya desarrollado vertiginosamente y con ello ejerza una influencia significativa en la vida de la sociedad a la que sirve, a través de nuevas tecnologías aplicadas directamente en los medios de comunicación social.

Esta influencia se ha dado en distintos ámbitos de la vida de la sociedad, que recibe la información a través de los medios de comunicación (prensa, radio, televisión, cine, literatura, etc.), trayendo consigo una serie de efectos, en ocasiones positivos, pero en la mayoría de los casos resultan ser negativos, por el modo en que son utilizados y las finalidades no del todo perfectivas.

Sin embargo, la comunicación, como fenómeno específicamente humano e indispensable para el desarrollo de la sociedad, de las relaciones humanas, influye en la sociedad, de tal modo que ésta puede -con los adelantos científicos y tecnológicos que existen al respecto-, establecer comunicaciones que hace algunos años eran prácticamente imposibles de imaginar que existirían, y que han contribuido a su desarrollo como grupo social, pero que actualmente está tomando una peligrosa vertiente, en el sentido de que cada día existe menos respeto por cuestiones fundamentales en la vida del hombre como es la dignidad de la persona, la vivencia de los verdaderos valores y su correcta jerarquía, entre otras situaciones que preocupan acerca del devenir de la humanidad; pues bien, aunque todo el progreso que en materia de comunicación se

ha dado ha beneficiado en muchos aspectos de la vida de la sociedad, también ha traído consigo algunos efectos nocivos en la misma.

A continuación se describirán algunos de estos efectos, benéficos o no, que afectan e influyen en nuestra sociedad, a través del proceso de la comunicación, en especial de la comunicación masiva²⁶⁸:

La conversión y persuasibilidad

El efecto de conversión que se produce íntimamente ligado al de persuasibilidad y ambos son elementos de cambio en las opiniones o creencias del público y se presentan sobre todo en aspectos consumistas y políticos cuando se trata de guiar a los auditorios hacia objetivos predeterminados.

La evasión

Este efecto es uno de los que más se repiten en los medios masivos de comunicación. Por definición la evasión ofrece o intenta ofrecer un alivio para las realidades monótonas o desagradables de la vida. Sus funciones son: la distracción, la relajación y el olvido de inquietudes.

La frustración

Este efecto se presenta en muchos aspectos, no todos relacionados con los medios de comunicación, pero que muchas veces éstos contribuyen a que este efecto se presente en los sujetos. La frustración es un sentimiento de insatisfacción, de fracaso, que corresponde a la presencia de algún obstáculo que impide la realización de algún deseo o necesidad, ya sea de tipo material, social o psicológico.

²⁶⁸ *cf.*, GONZÁLEZ ALONSO, C., *op. cit.*, p. 28-31

La manipulación

La manipulación es el propósito de guiar al público hacia la adopción de conductas y actitudes predeterminadas. Es una resultante de la operación por medio de la cual se orientan y cambian las opiniones, creencias y comportamientos de los públicos, a través de un dirigente político o social o de la influencia de un medio masivo de comunicación.

La motivación

Este efecto lo constituye el conjunto de factores psicológicos que empujan inconscientemente al ser humano hacia un determinado género de reacciones o de objetivos prefijados, a través de la estimulación de sus deseos y capacidades. Si es correctamente utilizado puede conseguir objetivos benéficos para quienes sean motivados.

La disfunción narcotizante

Consiste en que cuando se produce el contacto con los medios de comunicación social, uno o varios individuos se transforman en seres informados e interesados en su entorno, sin percatarse de que, mientras dura ese proceso, no toman ninguna decisión; son solamente receptores pasivos.

La excitación colectiva

Es el estado de tensión que puede darse entre el público y que influye tanto en la naturaleza del mensaje como en su frecuencia de transmisión y que puede traducirse en un estado de excitación entre los auditorios, individual o masivamente.

La socialización

Por socialización se entiende el proceso de índole psicológico que dura toda la vida, durante el cual el individuo va incorporando normas, valores y pautas de comportamiento sociales. En

nuestra sociedad moderna, los medios masivos de comunicación son un agente de socialización trascendente.

El conformismo

Es una actitud provocada en un individuo o grupo de personas, por la cual se los somete a las pautas de un grupo social y lo aceptan sin emitir opinión respecto a lo que se les impone.

La identificación

Es la tendencia a obtener o asimilar los rasgos distintivos de otro individuo, líder o grupo social.

Como se observa, todos estos efectos, entre otros, son producidos en gran parte por la influencia de la comunicación a través de sus medios de información. Ante estos problemas, la Ética ejerce o debe ejercer una papel preponderante con el objetivo de que todos aquellos efectos o influencias perjudiciales disminuyan y se promuevan aquellas que persiguen el bien común y el perfeccionamiento de la sociedad y de cada uno de sus miembros.

IV.2.1 La moralidad de la imagen informativa

En la comunicación moderna, la imagen ocupa un papel importante en medios como lo es el periódico, la televisión, las revistas, etc., pues es un factor preponderante en la transmisión de noticias, principalmente en la televisión, la cual sin imagen carecería de sentido. La Ética, no sólo debe estar presente en el contenido de la información, sino también en la imagen, pues ya se ha dicho que una imagen puede decir más que mil palabras: normalmente las imágenes tienen mayor impacto sobre las personas que la palabra escrita; su capacidad para impresionar al hombre es mucho mayor que la del lenguaje²⁶⁹.

En varias ocasiones las imágenes son utilizadas de forma errónea, convirtiendo en realidad algo que sólo es ficción, se traslada a la persona a una cierta actitud infantil mágica de la existencia, alejándolo de su objetividad. Se crea una cultura de imagen, como un filtro para la penetración de

²⁶⁹ *cf.*, GOODWIN, E., *A la búsqueda de una Ética en el periodismo*, p. 261

los mensajes. La imagen es un signo que representa los contornos materiales (visuales o auditivos) de las cosas, en contraposición a la palabra que es un signo de la idea, es decir, que directamente puede significar lo abstracto, facilitando la asimilación y fijación del mensaje en el receptor. Así la imagen representa algo, pero de una determinada manera, y aquí implica el sentido o la visión ética que contenga: abarca el cómo se representa el mensaje que se transmite, de acuerdo al objetivo que se busca alcanzar al comunicar algo²⁷⁰.

La moralidad de la obra audiovisual, se puede establecer en relación con sus contenidos, respecto a dos planos referenciales²⁷¹:

a) En la conformidad que la obra tiene en su composición y presentación: en sus imágenes (auditivas, visuales o audiovisuales) y en "cómo" se presentan en cuanto a imágenes.

b) En la conformidad que la obra tiene en su "decir" algo, en comunicar un determinado contenido mental: en sus imágenes en cuanto signo, entendiendo sin embargo, por signo, la idea que le quiere imprimir el autor de la imagen.

Con base en estos dos planos, se puede establecer la moralidad que en la obra audiovisual se presentó de acuerdo con los contenidos que en ella se hayan manejado. Por eso, sería necesario conocer de igual modo, la idea central que la obra encierra; qué se comunica temáticamente, para saber si se conforma o no con la verdad objetiva; así como las ideas parciales que pueden influir en la moralidad de la obra. Así pues, si la obra deforma la realidad, ocultando algo esencial, engañando, atentando contra la veracidad en la imagen, se estaría hablando de obras claramente inmorales²⁷².

IV.2.2 El lenguaje y la Ética en el proceso de comunicación

El lenguaje es la herramienta básica de la comunicación, y por lo tanto, de la profesión informativa. No se puede explicar su relación con la Ética, si antes no conocemos lo que es el lenguaje. Platón señala como lenguaje aquel pensamiento expresado en voz alta, siendo que

²⁷⁰ *ídr.*, VÁZQUEZ FERNÁNDEZ, F., *op. cit.*, p. 187-189

²⁷¹ *ídr.*, *ibidem*, p. 191

²⁷² *ídr.*, *ibidem*, p. 193-194

pensar es hablar consigo mismo; con el lenguaje el hombre se libera del mutismo de su intimidad, se comunican sensaciones, deseos, necesidades, ideas²⁷³; a través de una serie de símbolos que significan algo, que expresan en su conjunto ideas, pensamientos de forma oral.

El lenguaje puede tener varias significaciones: una expresiva (sin sentido y cargada de emotividad), otra mostrativa (que señala el objeto con precisión) y en fin, otra simbólica (como ayuda a la descripción). El lenguaje es, pues, un factor decisivo en la comunicación humana porque alcanza una múltiple variedad de facetas y planos: la comunicación siempre es lenguaje, y los medios de comunicación utilizados en cada sociedad determinada, imprimen a ésta una fisonomía propia²⁷⁴.

El lenguaje utilizado en la comunicación moderna, también ha cambiado de distintas formas junto con la evolución de la tecnología en materia de comunicación; siendo que se presenta un grave peligro para el lenguaje, pues sufre una crisis al ser sustituido por aparatos; en la civilización audiovisual, el lenguaje hablado retrocede ante la acción, y el lenguaje escrito ante la imagen²⁷⁵, se va perdiendo el valor del lenguaje, y lo que queda se va deformando y perdiendo apreciación semántica.

La cuestión ético lingüística se ve afectada, puesto que el lenguaje, que debe servir para decir la verdad, sirve también para deformarla, para ocultarla, para mentir; desvirtuando la función semántica del lenguaje. Pero no sólo esto, sino también afecta su función pragmática, el uso o función del lenguaje, que debe conducir a una respuesta, pero qué respuesta se puede obtener si el lenguaje es utilizado de forma inadecuada y conduce al error, a la subjetividad²⁷⁶; es por ello que en el lenguaje que se utilice como parte del proceso de información o comunicación, no se debe deformar los hechos o situaciones reales, lo que sí es válido es producir un estilo propio, sin afectar la objetividad del hecho.

²⁷³ *cf.*, *ibidem*, p. 197

²⁷⁴ *cf.*, *ibidem*, p. 198

²⁷⁵ *cf.*, *ibidem*, p. 201

²⁷⁶ *cf.*, *ibidem*, p. 202-205

Con el mal uso del lenguaje, se produce lo que podemos denominar ruido, conformándose como aquellas ideas o palabras que se transmiten pero que no conducen a nada, dan lugar a la ambigüedad, a la confusión, a la redundancia, los rumores, etc., ese ruido en el lenguaje, en la comunicación, produce en el mensaje la falta de claridad y puede llegar a manipular o engañar a quien es sujeto receptor de la información²⁷⁷; provocando con ello un atentado contra la Ética de la información que debe velar por la exactitud del lenguaje y su correcto uso.

IV.2.3 La función de los medios de comunicación social.

El hombre actual depende más de las condiciones exteriores, influenciado en primer lugar por los medios de comunicación social, por la propaganda y la publicidad. La prensa, la radio, la televisión y el cine han desvirtuado en muchos casos los principios éticos divulgando las mentiras, las violencias, la pornografía, y bloqueando la mente de su público receptor con sus propios errores. De esta manera, los medios de comunicación social participan poderosamente, con intención o sin ella, en la formación de millares de personas, de un público amplio y generalmente desconocido. Este hecho puede fomentar un mejor desarrollo de la sociedad y del bien común, pero también puede prestarse a la masificación de la gente. Si esta masificación, además, se utiliza como arma propagandística o ideológica para conseguir la dominación y explotación de las masas proporcionando los mismo engaños, errores y venenos a los mayores y a los jóvenes, entonces desaparece el motivo noble, necesario y honesto de los medios de comunicación social y de la profesión periodística²⁷⁸; se vislumbra, entonces, cómo las distintas funciones que ejercen los medios (y que se ampliarán a continuación) guardan una relación estrecha con la función ética que debe procurar el profesional de la comunicación, pues si no se vigila este aspecto de la información o comunicación, se estarán desvirtuando las funciones propias de los medios de comunicación, atentando los propósitos fundamentales que deben perseguir estos medios, como factores de influencia en la sociedad y de formación de la misma.

Entre los cambios más importantes de nuestro tiempo, destaca la función creciente que van asumiendo los medios de comunicación social y su influencia en la transformación de las mentalidades, de los conocimientos, de las organizaciones y de la misma sociedad. Ciertamente,

²⁷⁷ *cf.*, KLAPP, O.E., *Información y Moral*, p.14

²⁷⁸ *cf.*, BRAJNOVIC, L., *op.cit.*, p. 32-33

tienen muchos aspectos positivos; gracias a ellos, las informaciones del mundo entero nos llegan casi instantáneamente, creando un contacto, por encima de las distancias, y elementos de unidad entre todos los hombres, con lo cual se hace posible una difusión más amplia de la formación y de la cultura. Sin embargo estos medios, debido a su misma eficacia se presentan como un nuevo poder, siendo que los hombres que poseen este poder, tienen la grave responsabilidad moral en relación con la verdad de las informaciones que deben difundir, en relación con las necesidades y con las reacciones que hacen nacer, en relación con los valores que proponen²⁷⁹; lo que implica directamente la función ética que estos profesionales desempeñan ante la sociedad y ante ellos mismos, por lo que deben estar conscientes de su influencia en la comunidad.

Los medios de comunicación social, además ejercen un papel necesario en la comunicación moderna, pues sin ellos, la información y la comunicación a nivel masivo no tendrían razón de su existencia, con lo que todas las funciones sociales que realizan distintos profesionales no podrían concretarse sin estos medios.

No se puede dejar de reconocer la importancia decisiva de los medios de comunicación social en la configuración de la sociedad actual. La eticización de la sociedad está condicionada, en gran medida, por la influencia ejercida a través de estos instrumentos de comunicación social; en la transformación de las mentalidades, de los conocimientos, de las organizaciones y de la misma sociedad²⁸⁰; no es una profesión que en sus funciones pueda cometer fácilmente errores, puesto que no trata con objetos, sino con personas que merecen un respeto y trato adecuados a su dignidad y dimensión moral.

La función que estos medios realizan en la sociedad, a la que sirven, es especialmente relevante, pues gracias a ellos las personas se mantienen informadas de los sucesos que en el mundo ocurren a cada minuto, tienen la oportunidad de un medio de distracción, en ocasiones también son fuente de cultura; sirven de igual modo para comunicarse a una distancia amplia, etc.; sirven en muchos aspectos a la vida y al desarrollo de la sociedad, pues sin ellos no podría habersu dado todo el progreso social, científico, cultural, etc. que existe en el mundo actual.

²⁷⁹ *cf.*, VIDAL, M., *Moral de actitudes*, p. 432

²⁸⁰ *cf.*, *ibidem*, p. 428, 432

Los mensajes de los medios de comunicación van configurando el modo de ser de la sociedad, de ahí que su influencia sea espiritual e intelectual, con proyecciones en al ámbito material. Esto permite afirmar que la salud de la sociedad dependerá de la clase de comunicación en que se sustente, y que ésta tiene un canal de difusión importantísimo en los medios de comunicación social²⁸¹; reafirmando con esto la trascendencia de la eticización de este tipo de comunicación.

Aunque estos medios realizan una función trascendente, han tomado una ruta equivocada, pues se están utilizando para fines que los destituye de su finalidad de servicio. Con ello no se quiere decir que todo lo que transmiten los medios es en contra del beneficio social, puesto que en mucho propician la consecución del bien común, pero también en ocasiones afecta este bien a fin de lograr el poder, corrompiendo el proceso de comunicación desde una perspectiva ética; ya que los medios de comunicación social tienen en primer lugar el deber - como todo lo que va dirigido a la sociedad - de proteger y fomentar el bien común. Este hecho incluye una serie de obligaciones a las que debe responder esta profesión y son²⁸²:

- a) divulgar y defender siempre la verdad;
- b) respetar, sin excepción, los derechos y la dignidad de la persona humana;
- c) apreciar el sentido común universal;
- d) respetar la libertad de conciencia;
- e) interpretar rectamente la opinión pública en general o la opinión, postura e ideas de un grupo de la sociedad;
- f) exponer sinceramente la información o la opinión propia sobre un hecho o acontecimiento;
- g) entregarse con alegría al trabajo profesional;
- h) defender los intereses morales, económicos, culturales, políticos, etc., de la sociedad;
- i) coordinar la labor profesional con las prescripciones de las leyes positivas en cuanto son justas;
- j) servir al bien común que es el orden de la sociedad requerido por la ayuda que necesitan todos sus miembros y que se hace posible por su carácter cooperativo en el cumplimiento de las tareas vitales y necesarias, impuestas a todos los miembros de una sociedad por los fines existenciales. La esencia fundamental del bien común consiste en constituir esta ayuda que los comunicadores ejercen informando amplia y verazmente. Por ello, el hacer posible esta ayuda por medio de la

²⁸¹ CASTELLANOS, J.J., *op. cit.*, p. 23

²⁸² *cf.*, BRAJNOVIC, L., *op. cit.*, p. 103-105

cooperación social o servicio a los demás, es por sí mismo un fin que determina todo el Derecho considerado como fundamento del orden social.

h) sólo cuando los medios de comunicación social - los comunicadores - actúan en todos los aspectos conforme a la verdad, a la libertad y a la justicia (el bien común), cumplen con su deber moral y ejercen su responsabilidad.

Estas obligaciones implican un serio compromiso con la actuación moral que debe regir el desempeño profesional del comunicador, puesto que destacan principios de la Ética de la comunicación que deben ser resguardados por este profesionista, como es la verdad de la información, los derechos humanos, la libertad de conciencia, la interpretación recta de la opinión pública, la competencia profesional, el bien común, etc., y estos principios los adquiere el comunicador a través de su formación académica y práctica laboral, que toma como base la preparación que en materia de Ética haya recibido la persona durante su formación universitaria.

Uno de los problemas manifiestos que son causa de la tecnología de estos medios, es la masificación de sus receptores: la gente que percibe su influencia es una masa, en la que la individualidad desaparece y la información se dirige de igual manera a toda la sociedad sin tomar en cuenta rasgos característicos de los grupos que conforman esa sociedad.

Otra de las dificultades a las que se enfrenta la comunicación moderna es la sobrecarga de información, pues como ya existe tanta facilidad de obtenerla y con una rapidez asombrosa, los medios se dedican a sobrecargar la programación con un exceso de información que al receptor en ocasiones le es imposible de asimilar. Con la sobrecarga de información se producen errores en la transmisión de mensajes como:

- a) Omitir información proveniente del proceso
- b) Procesar información errónea
- c) Retener datos o informaciones para ponerse al corriente
- d) Filtrar, seleccionar cierta clase de información y omitir otra

e) Reducir las categorías, discriminar el lenguaje de menor precisión

f) Usar canales múltiples, difundir la información por dos o más canales como ocurre en la descentralización, etc.²⁸³

Estos errores afectan directamente a la veracidad de la información; disminuye su credibilidad ante el auditorio que la recibe. Además la información se ve afectada, junto con la sobrecarga, por la rapidez con que se transmiten los mensajes, ocasionando que éstos sean confusos y enreden al receptor²⁸⁴.

Es preciso señalar, por último, que los medios de comunicación tienen una naturaleza diversa que ocasiona que sus efectos sean diferentes. Más eficaz es la radio para transmitir la noticia inmediata que la prensa o la televisión; más eficaz la televisión que otros medios para obtener informaciones de acción; más eficaz la prensa para presentar informaciones complejas o abstractas. El comunicador profesional debe estar al tanto de estas diferentes naturalezas pues sólo así podrá evaluar debidamente el entorno de la presentación de la noticia²⁸⁵, desde una perspectiva ética entre otros aspectos que se deben considerar.

IV.3 Significado ético profesional de la libertad de expresión

La libertad de expresión, es un aspecto esencial del derecho a la información, del derecho de ser informado y de informar, en un ámbito de libertad. Este tipo de libertad comprende a su vez los derechos a:

- * No ser molestados a causa de las propias opiniones
- * Investigar informaciones
- * Investigar opiniones
- * Recibir informaciones
- * Recibir opiniones

²⁸³ *cf.*, KLAPP, O.E., *op.cit.*, p. 70

²⁸⁴ *cf.*, *ibidem*, p. 91

²⁸⁵ *cf.*, HERRÁN/RESTREPO, *op.cit.*, 252

* Difundir informaciones

^ Difundir opiniones²⁶⁶

Al mencionar libertad, hay que entender siempre que no se atente contra la libertad de los demás. Por eso la libertad no puede ser absoluta, la limita la libertad de otros.

A la libertad de expresión hay que centrarla dentro de un campo ético, para valorarla cabalmente. Las dimensiones política, jurídica y económica de la libertad de expresión deben ser guiadas por la Ética. Por lo tanto, este tipo de libertad, adquiere su validez sólo cuando está plasmada en una actitud ético profesional del informador, puesto que va siempre ligada de la libertad individual del informador y que se realiza a través de la información como función social²⁶⁷; es en donde la Ética realiza su función al conducir esa libertad por el camino de la verdad y del bien.

La libertad de expresión es un derecho de todo hombre, y como tal debe proveer el bien común y salvaguardar la dignidad de cada persona, respetando, dentro del marco de la libertad, a la individualidad e intimidad de todo ser humano.

Sobre la libertad de expresión o información, y confirmando lo anteriormente mencionado, el código de las Naciones Unidas expresa:

*"La libertad de información y prensa es un derecho fundamental del hombre y la piedra de toque de todas las libertades reconocidas... Esa libertad estará tanto mejor salvaguardada si con un esfuerzo serio de voluntad el personal de prensa y de información no deja nunca que se debilite el sentimiento de la propia responsabilidad y se peca cada vez más profundamente de la obligación moral que le incumbe de ser sincero y de aspirar a la verdad"*²⁶⁸.

Así como este documento, existen otras legislaciones que en materia de libertad de información se especifican dentro del marco de los derechos humanos, a nivel internacional y nacional, en los que se destaca la relevancia de la defensa de este derecho humano.

²⁶⁶ *cf.*, VÁZQUEZ FERNÁNDEZ, F., *op. cit.*, p. 207

²⁶⁷ *cf.*, *ibidem*, p. 208-209

²⁶⁸ HERRÁN/RESTREPO., *op. cit.*, p. 72

IV.4 El secreto profesional del informador

El secreto profesional, para cualquier carrera, es un aspecto de la Ética que resalta en el desarrollo profesional de cualquier individuo. Sin embargo existen algunas profesiones, en las que el secreto profesional cobra más fuerza, por los contenidos que en ellas se manejan, una de estas profesiones es la del comunicador, que tiene un compromiso importante al respecto.

Se llama secreto profesional, para el comunicador, la obligación que contrae con algunas fuentes de información, de callar su identificación. Ese compromiso es tanto más grave porque con él se garantiza el acceso al público a informaciones que de otro modo habrían quedado fuera de su alcance. La principal materia del secreto son las fuentes que no quieren ser identificadas y que condicionan la entrega de sus datos a ese anonimato. En esos casos el informador ve en el secreto un instrumento de trabajo que le permite llegar a la verdad²⁸⁹.

Para comprender con mayor amplitud este criterio ético relevante para esta profesión, se presentan las posturas de dos destacados autores en la materia, son Brajnovic y Desantes, que con respecto al secreto profesional del periodista o informador señalan²⁹⁰:

Postura de Brajnovic

1. No descubrir la fuente de la información, si el informante, por razones justificadas, lo desea expresamente y el informador ha empeñado su palabra de silenciar su nombre y de no revelar las circunstancias que podrían identificar o localizar al informante.
2. No difundir aquella parte del mensaje o información, obtenida confidencialmente, que pueda dañar al informante (detención, venganza, etc.), aunque no se le haya hecho promesa alguna en ese sentido.

²⁸⁹ *cf.*, *ibidem*, p. 69-70

²⁹⁰ *cf.*, VÁZQUEZ FERNÁNDEZ, F., *op.cit.*, p. 213-215

3. No publicar los escritos secretos profesionales de los terceros, difamantes para una o varias personas, o peligrosos para la seguridad social (secretos militares) descubiertos en el ejercicio de la labor del comunicador.

4. No revelar los datos o los hechos de la vida íntima de una persona o familia que el informador pueda conocer -sin efectuar entrevistas tendenciosas semejantes al interrogatorio policiaco- en su legítima búsqueda de noticias de interés humano o de interés más o menos general.

5. No descubrir métodos lícitos, pero reservados, o los secretos éticamente correctos o indiferentes de su Empresa o Redacción y de los que trabajan en ella.

Postura de Desantes

1. El comunicador tiene el deber moral y ético de proteger el anonimato de la persona que le proporciona información en el entendimiento de que, en la duda, será considerado confidencial en cuanto a la fuente.

2. El informador debe proteger sus fuentes de información como una seguridad práctica de que continuará recibiendo información confidencial, si fuese necesario, facilitando al comunicador, de esta manera, la obtención y publicación de la información que se debe al público.

3. Los medios de comunicación social contribuyen al bienestar público y rinden un servicio público importante al reunir y presentar información, que, de otra forma, sin guardar el secreto de las fuentes, no podría conocerse; y que defender la confidencia constituye un elemento esencial en este proceso.

4. El comunicador, al servir al bienestar público, tiene el mismo derecho a un privilegio legal especial que el médico, el sacerdote o el abogado, a quienes se les reconoce legalmente el derecho a mantener el secreto profesional, por no mencionar a otras personas al margen de estas profesiones tradicionales que también gozan de esta protección.

5. Si un informador puede obtener información en el ejercicio de la función informativa, los organismos públicos -incluidas las funciones legislativa, ejecutiva y judicial-, con su gran poder, deberían obtener esa misma información, mucho más cuando el informador les ha proporcionado una pista; pero sin presionar sobre éste para que les facilite el trabajo a cambio de traicionar la confianza depositada en él.

Se observa cómo cada autor le da una vertiente distinta en algunos de sus conceptos, pero ambos son perfectamente relacionables para obtener, con mayor amplitud, una idea de lo que es el secreto profesional del informador, y lo que implica para él como profesionista comprometido con la sociedad y con su labor de servicio a ésta.

Las fuentes de información son uno de los objetos del secreto profesional del informador, sin embargo, hasta dónde llega la confiabilidad de una fuente que no es revelada en su identidad; ya que se puede prestar a falsificaciones o mentiras tanto de la fuente como del informador. Ante esta disyuntiva, se manifiesta el hecho de que las fuentes secretas son tan importantes y tan esenciales para poder desenmascarar cierto tipo de condiciones que resultan amenazadoras para la sociedad, los informadores deben buscar algún tipo de ley que permita mantener en incógnito a las fuentes; siendo que el informador tiene la obligación y el deber de estudiar con detalle la confiabilidad de la fuente y si es posible respaldar los datos con la identidad de otra fuente²⁹¹.

Por último, con respecto al secreto profesional de cualquier oficio, hay que señalar que comprende tres niveles, de acuerdo a al análisis que en relación a esto ha descrito Pecquet²⁹²:

1. Valor universal del secreto: Guardar el secreto ha sido en todo tiempo estimado, como que en efecto es el alma de los grandes negocios. La costumbre del secreto es, pues, una calidad absolutamente necesaria.

2. Deber frente al confidente: En materias públicas, el secreto que se nos confía no depende de nosotros; es un depósito que siempre se debe mirar como sagrado, es un bien del que no se puede usar sino con la licencia del dueño.

²⁹¹ cf., GOODWIN, H.E., op.cit., p. 165, 169, 184

²⁹² cf., VÁZQUEZ FERNÁNDEZ, F., op.cit., p. 216

3. Conducta ética y secreto: La importancia del secreto pide una pureza en las costumbres; porque nada es tan peligroso como el entendimiento cuando se deja gobernar por un corazón corrompido, y así es el corazón quien hace usar mal o bien el entendimiento.

La ocultación de la noticia o información, así como la omisión de la misma, se relacionan directamente con el tema del secreto profesional del informador, considerando que:

La ocultación es la reserva intencional de la información, ya sea por motivos del informador o por razones expresas de la fuente. Este tipo de fenómeno sólo es lícito cuando: a) se trata de asuntos meramente personales o íntimos que no beneficiarían a alguien y sí perjudicaría a la persona, su familia o a terceras personas; b) no se puede revelar lo que no se ha solicitado en un documento o por una persona y c) ocultar la información no afecta a alguien. Mientras que la omisión es la ocultación de información, pero por causas involuntarias como errores lingüísticos, técnicos, o de cualquier otra índole no sujeta a voluntad²⁹³; aspectos que es necesario tomar en cuenta como elementos del secreto profesional de comunicador.

Destaca en este aspecto, el valor del secreto profesional que debe respetar en todo momento el comunicador o informador, sea la función que esté realizando, y de esta forma cumple con uno de los requisitos que en materia de Ética Profesional se establecen para los profesionistas de este ramo.

IV.4.1 Un derecho y un deber²⁹⁴

"El Consejo de Europa, en el Documento del 18 de octubre de 1973, ofrece dos definiciones del secreto profesional: una, entendido como derecho; la otra, en cuanto deber. <<Derecho del periodista a negarse a revelar la identidad del autor de la información a su empleador, a los terceros o a las autoridades públicas o judiciales>>. Y como deber <<Deber del periodista de no revelar públicamente las fuentes de las informaciones recibidas en confidencia>>".

²⁹³ *cfr.*, MORALES LEÓN, J., *Ética del comunicador profesional*, p. 81

²⁹⁴ *cfr.*, VÁZQUEZ FERNÁNDEZ, F., *op. cit.*, p. 214-223

El secreto profesional del periodista o comunicador debe cumplir con sus expectativas, como derecho y como deber, en el marco de la moralidad, puesto que si se desliga de ella, se pierde todo valor ético del secreto.

El informador, por tanto, tiene un derecho, otorgado de tal forma que le permite publicar las confidencias; con el derecho de no tener que revelar públicamente las fuentes de información; mientras que posee el deber, como compromiso ético con el confidente, de guardar completa fidelidad a la confidencia, reservando la fuente confidencial.

El secreto profesional, comprende, una responsabilidad y un compromiso ético por parte del informador, en la que es él el que debe guardar silencio, de acuerdo con la conciencia profesional que tiene y su competencia como profesionista. "El secreto profesional es al informador lo que el microscopio es al investigador científico: su capacidad de observación y la forma de ver en la oscuridad"

IV.5 La veracidad en el proceso de la comunicación

Uno de los aspectos éticos que son trascendentes en relación con el proceso de la comunicación y de la profesión de la información, es la veracidad de los mensajes que se transmiten a través de los distintos canales modernos que en comunicación existen actualmente.

Considerando que la veracidad es lo contrario a la mentira, se puede apreciar que en los datos que se manejan por medio de la información, existe un alto índice de desinformación, de mentira en los mensajes, pues no se respeta su veracidad y se manipulan los datos.

Sin embargo, la teoría de la información y de la comunicación humana descansa sobre el eje de la veracidad, como un derecho que reclama la información; pues si ésta no es veraz, no será ella misma y por lo tanto no estará informando la realidad de las cosas. La veracidad, en su esencia, consiste en una cierta igualdad o equivalencia entre lo que se cree que es verdadero y la manifestación de ello. Pero la veracidad es una virtud moral y tiene su propia estructura mental dentro de la persona: Es una manifestación que se hace por ciertos signos (palabras o gestos); tal

manifestación o enunciación, tiene como objeto propio lo verdadero o lo falso²⁹⁵; entonces se es veraz en lo que se dice, si se adecua con la realidad o no.

Bentham, considera que la veracidad tiene como su única fuente al hombre, en su triple dimensión del yo personal: como agente, como autor y como actor de sus acciones. El hombre como agente de sus actos puede mentir o ser veraz en el sentido metafísico; como autor de sus actos, miente o es veraz en auténtico sentido ético; y como actor de sus actos confiere la veracidad o la mentira en un sentido social y jurídico. La definición que ofrece Bentham reproduce este esquema: La veracidad es la disposición de un hombre a transmitir a los demás la impresión exacta de lo que experimenta; es la acción de evitar lo que no es; es el resultado de la atención²⁹⁶; de transmitir una idea tal cual es, sin deformaciones de ella, tratando de no mentir y ser lo más veraz posible, para cumplir con la ética de la información en tanto que esta debe contener la veracidad en todos sus datos.

La veracidad constituye un deber deontológico, dado que se constituye en una acción profesional-social. La veracidad no es la verdad de los hechos, sino la exacta transmisión de su impresión o experimentación de ellos, evitando decir lo que no es; esto es una mentira²⁹⁷; y como deber deontológico, el profesional de la comunicación debe respetar y cumplir su responsabilidad con respecto a él, evitando cualquier clase de mentira en la información que transmite y con ello procura constatar toda la veracidad de los datos que maneja y de los que es responsable como sujeto de la comunicación.

Por último, de acuerdo a la opinión de José Manuel Estarda, hay que entender que la verdad en el informador, es un problema de educación, ya que lee y narra los hechos tal como se los sugiere el alfabeto de su conciencia. Cuando existan comunicadores con la debida competencia profesional, universitaria y jurídica, entonces se podrá esperar y exigir más lealtad en el debate, más coherencia en las ideas y mayor fidelidad en la conciencia²⁹⁸.

²⁹⁵ *cf.*, *ibidem*, p. 230

²⁹⁶ *cf.*, *ibidem*, p. 232

²⁹⁷ *cf.*, *ibidem*, p. 232-233

²⁹⁸ *cf.*, PAHODI DELFINO, L., *op. cit.*, p. 37

IV.5.1 Compromiso y responsabilidad

El informador, en particular, debe advertir el sentido de responsabilidad y de imputabilidad de sus actos y palabras; advertirlo de una manera vigilante y con una conciencia bien orientada²⁹⁹, de tal forma que al ser sujeto de sus acciones se percate del deber que tiene ante las consecuencias de los mismos. La veracidad implica para el profesional de la información, un compromiso de servir a la sociedad, exponiendo la realidad tal como es y no como el informador interpreta que es, así, con este compromiso surge la responsabilidad de salvaguardar la veracidad de los datos antes de ser transmitidos, para evitar mentiras que afecten el desarrollo de la comunidad a la que sirven.

La función de informar recibe de la veracidad su núcleo esencial y su baremo ético, al mismo tiempo que se plenifica en sus objetivos de transmitir mensajes íntegros al receptor. Los vicios éticos que Erich Fromm le atribuye a la información de nuestro tiempo, son determinantes de una clara mendacidad informativa. Se traduce en varios niveles:

- * Como retención y deformación informativas
- * Como una sustracción de información real y necesaria a los ciudadanos de diferentes rangos y clases sociales
- * Entendida como parcialidad informativa de los distintos mass media
- * Sentido de hipocresía moral de los editoriales y organizaciones de la comunicación
- * La información como manufacturada de noticias convencionales, comercializadas y concebidas utilitariamente
- * Traducida en una información irresponsable y epidérmica
- * La información-negocio como suplantadora de la información veraz.³⁰⁰

Si se analizan los siguientes factores enunciados como vicios por Erich Fromm, se concluye que todos estos errores de la información, se traducen en perjuicio de la población sujeta a la información, debido a la falta de formación ética, que conduce a que los profesionales de la comunicación se comporten y actúen en contra de los principios éticos fundamentales que todo informador debe tomar en cuenta al efectuar una acción informativa; si en realidad desea servir a la sociedad y procurar para sus miembros el bien común.

²⁹⁹ *cf.*, *ibidem*, p. 32

³⁰⁰ *cf.*, VÁZQUEZ FERNÁNDEZ, F., *op. cit.*, p. 240-241

En una sociedad como la de nuestro tiempo, informar con veracidad supone combinar armónicamente la independencia y libertad individual del informador, guiado por su conciencia; con la responsabilidad que contrae como servidor público y como profesionista, con lo que se puede afirmar que informar en sentido auténtico tiene una sola dirección legítima que es la de atreverse a ser veraz³⁰¹; en contra del ambiente manipulador y corrupto en el que la comunicación se encuentra actualmente; y que solamente los comunicadores pueden resolver, en conformidad con los criterios éticos que rigen la función de estos profesionistas.

Los medios de comunicación social tienen un compromiso de defender la veracidad de la información; ya que ellos pueden ser utilizados con el fin de fabricar la opinión pública que se desee y permiten elaborar planes para llevar a la masa por un mal camino. Los sondeos sobre la opinión del público, la propaganda, los anuncios, los medios difusivos audiovisuales, se hallan con no escasa frecuencia al servicio de la deformación de la verdad. Los poderes responsables deben tener cuidado en respetar la veracidad en la vida pública³⁰²; porque desde el momento que son profesionistas adquieren una serie de compromisos y obligaciones entre los cuales se manifiesta la obligación de defender la veracidad ante cualquier situación que la afecte en su esencia.

IV.5.2 La opinión en el marco de la información veraz

La información veraz busca la exactitud de la transmisión de lo que es un mensaje y de la realidad de éste. Por ello guarda una relación con ella el aspecto de la opinión, que en un momento determinado, pueden emitir los comunicadores en el proceso de la comunicación.

Al respecto, hay que señalar en un primer momento, la diferencia que existe entre informar y opinar. Informar se ciñe a los hechos reales, sucesos o acontecimientos que gozan de una esencial característica, que son un bien público o que representan un interés social. Como esencial diferencia, opinar comprende todo tipo de comentarios y personales juicios de valor vertidos por el informador; informar describe los hechos tal como se presentan en la realidad, mientras que la opinión podría ser la interpretación personal de dichos hechos por el profesional

³⁰¹ *cf.*, *ibidem*, p. 241

³⁰² *cf.*, HENZ, H., *op.cit.*, p. 520

de la comunicación. La información transmite una serie de datos, de manera imparcial, con veracidad respetando el derecho a ser informado. Mientras que la opinión implica un proceso mental y una intencionalidad de otro orden: se basa en un derecho de libre interpretación personal, en el que entran juicios de intenciones, ideologías, valoraciones subjetivas y todas las posibles hipótesis de trabajo³⁰³; siempre que un informador utilice opiniones debe, por principio ético, comunicar al público que así es, que el mensaje que se emite es una mera opinión o interpretación personal; pues de no ser así, el receptor puede entender que ese mensaje es pura información y malinterpretar las cosas, afectando de este modo la veracidad de los datos transmitidos.

Con relación a la opinión de los informadores acerca de los mensajes que transmiten, se manifiesta, con base en lo antes dicho, que la imparcialidad al investigar y reportar las fuentes de noticias es una norma ética significativa, que los informadores deben tomar en cuenta antes de emitir el mensaje³⁰⁴.

IV.6 El respeto a la intimidad, a la vida privada

La intimidad o vida privada de una persona es un aspecto que sólo le corresponde a ella y nadie tiene el derecho de interrumpir sin su consentimiento. En muchas ocasiones, algunos aspectos de esa vida privada se manifiestan de modo público, debido a la trascendencia que tienen en distintos ámbitos de la sociedad, en los que es necesario de su conocimiento para el desarrollo y progreso de la sociedad o un grupo de personas.

Respecto a este fenómeno de la vida de las personas, los medios de comunicación en algunas ocasiones no la respetan, y se invade la intimidad de los individuos sin su consentimiento, faltando a uno de los presupuestos éticos que esta profesión debe guardar con celo.

"El recinto de lo privado -en sentido ético- es el hombre como autor de sus acciones. Lo privado se complementa con lo público, sólo cuando el hombre actúa como actor social -reproduciendo el sentido deontológico, jurídico y social de sus funciones humanas- que le proyectan dentro de la

³⁰³ *cf.*, VÁZQUEZ FERNÁNDEZ, F., *op. cit.*, p. 259

³⁰⁴ *cf.*, GOODWIN, H.E., *op. cit.*, p. 25

comunidad humana y adquiere una responsabilidad pública de sus actos. La persona-vida privada se implica con la persona-vida pública. El hombre como autor y agente se vincula esencialmente con el hombre actor: privado y público, íntimo y proyectivo, exclusivo y comunitario, reservado y participativo, individual y social; lo individual y lo personal forman un todo integrador³⁰⁵, esto indica que todo hombre tiene en su vida, una parte pública y otra privada, siendo que en ocasiones su vida pública interesa a la sociedad en cuanto agente social que ejerce una función social en beneficio de su comunidad.

La intimidad y la información, como valores humanos, se revisten de contenido ético y exigen ser medidos por el baremo de la dignidad personal y de un tratamiento responsable, por parte de los agentes de la comunicación. La libertad de información y la vida privada son, de esta forma, valores fundamentales del hombre; de tal modo que la vida privada es inviolable en sí misma y considerada en el hombre como ser con autonomía individual. Sin embargo, la persona - que vive, forma parte y se desarrolla como miembro de una sociedad abierta y plural -, está proyectada comunitariamente: es responsable en cuanto actor público y ciertas zonas de su vida privada son objeto del derecho que los miembros de la comunidad tiene a recibir información, por razones de positivo bien social, como elementos de juicio social para valorar la calidad de aquellas personas con protagonismo público³⁰⁶; siempre y cuando no se falte a su dignidad e integridad como ser humano, y se le respete su vida íntima que no es necesario publicar.

*El profesional de la información y la intimidad de las personas se fundamentan en un mismo principio de integridad moral. Diríamos que la dignidad debe servir de baremo y de límite a la vez. Frente a ese valor no caben conflictos insoslayables: el profesional de la información, que cumple una función social indiscutible, si además de servir a las personas, informa sobre personas, tendrá que asumir un alto sentido de dignidad. Nunca podrá convertir los medios en fines - porque la información es un medio y la persona siempre es un fin en sí misma -; ni convertir los fines en medios, porque el bien social de la información no puede ser instrumentalizado para ocultar hechos o presentarlos sensacionalistamente en contra de la veracidad informativa³⁰⁷

³⁰⁵ VÁZQUEZ FERNÁNDEZ, F., *op. cit.*, p. 244

³⁰⁶ *cf.*, *ibidem*, p. 250

³⁰⁷ *ibidem*, p. 250

*Respetar la intimidad de las personas es un deber absoluto y de obligado cumplimiento para todo informador. Porque la intimidad representa un valor ético fundamental, que, una vez invadido, se pierde irremediabilmente³⁰⁸; causando una grave daño que el informador no puede solucionar, pero ante el cual tiene la responsabilidad de restituir en la mejor forma posible, cumpliendo con lo que su conciencia como profesionista le indique.

Para ampliar de algún modo los aspectos éticos en cuanto el respeto de la vida íntima o privada de una persona, se presentan a continuación una serie de principios que señalan algunos aspectos de la vida íntima que deben ser respetados por el informador:

*- No es lícito utilizar el nombre de otra persona sin su consentimiento; debido a que éste es una atribución exclusiva de la misma persona y únicamente ella puede usarlo.

- No es lícito usar la imagen de otra persona sin su autorización. No es válido obtener fotografías de las actividades personales o íntimas, mediante cualquier recurso, (cámaras de video o fotográficas), sin la autorización de la misma persona, aunque ésta sea un personaje público.

- No es lícito difundir información personal que ha sido proporcionada a un profesional (médico, abogado, psicólogo, etc. o a nivel de confianza personal).

- No es lícito utilizar las ideas o conceptos publicados por otra persona como si fueran personales: derechos de autor³⁰⁹.

Estos principios manifiestan explícitamente situaciones concretas en las que el comunicador debe procurar respetar en todo momento la intimidad de los sujetos que le están proporcionando una determinada información, comprendiendo con ello parte de los límites que al respecto tienen los profesionales de la comunicación, desde un marco legal y de derechos humanos.

³⁰⁸ *ibidem*, p. 254

³⁰⁹ MORALES LEÓN, J., *op. cit.*, p. 84

IV.7 La responsabilidad del comunicador: un compromiso con la sociedad

Por ser la profesión del comunicador eminentemente social, el profesional de la misma lógicamente debe tener siempre presente el bien común general y el bien de su público (lectores, oyentes, espectadores) en particular. El informador es responsable de sus actos - como todos los hombres - ante su conciencia, y además, ante la sociedad, no sólo por la justificación de su labor, sino además por la justificación de los medios que emplea; unos medios tan potentes y teóricamente omnipresentes como son la prensa, la radio y la televisión³¹⁰; por lo que su responsabilidad implica un compromiso real consigo mismo y con la sociedad a la que sirve e informa.

Un antiguo código, el de la Asociación Interamericana de Prensa, de 1926, describe la responsabilidad del periodista o comunicador como "tener conciencia del poder del instrumento que usa y recordar que el daño causado con él jamás puede ser totalmente reparado"³¹¹; contrayendo bajo este principio un compromiso moral y social con las personas a las que sirve.

Al informador actual le ha tocado vivir momentos de gran responsabilidad social, como intermediario obligado entre los miembros de la sociedad y todos los aspectos que afectan la vida en sociedad, entre personas y estructuras sociales. El profesional de la información es la figura relevante de un contrapoder sobre temas económicos, bélicos, políticos, e institucionales, entre otros, que ofrece al gran público valoraciones, análisis críticos, sistemas de alerta ciudadana frente a corrupciones y fraudes que le afectan en su vida individual y colectiva³¹²; y que trae consigo un fuerte compromiso social ante el cual es obligación del informador responder con su competencia profesional.

Ante las funciones y deberes que la persona de la información contrae como profesionista, surge una responsabilidad para con la sociedad a la que sirve y a la cual debe responder ante los resultados que sus acciones y la información que transmiten, ocasionen en la comunidad a la que sirven, sean benéficos o en perjuicio de sus miembros.

³¹⁰ *cf.*, BRAJNOVIC, L., *op.cit.*, p. 91

³¹¹ *cf.*, HERRÁN/RESTREPO., *op.cit.*, p. 83

³¹² *cf.*, VÁZQUEZ FERNÁNDEZ, F., *op.cit.*, p. 227

Sí ser responsable supone un responder de nuestros actos y decisiones, el profesional de la información tendrá que responder de ellos de la forma más pública, solemne y total: ante la sociedad entera a través de los mass media³¹³. Es entonces cuando surge la necesidad de que estos profesionales reciban una formación deontológica completa, que los haga conscientes de su responsabilidad y las obligaciones que su profesión contrae como servicio social.

Anota Mac Bride que "como cualquier otro ciudadano, el comunicador debe velar para no ejercer su propia libertad de modo que vaya en detrimento de la libertad ajena. No puede eludir la responsabilidad que asume ante sus conciudadanos, y ante las demás naciones. En toda colectividad hay normas admitidas que tienen que respetar los órganos de información y los comunicadores considerados individualmente"³¹⁴

IV,8 Un problema real: La manipulación de la información

Se ha mencionado que los medios de comunicación social, en ocasiones son utilizados con la finalidad de manipular a los receptores, de tal modo que éstos actúen de acuerdo a lo que los informadores desean. Pero la manipulación en la comunicación no sólo abarca este tipo de problema, sino que también existe la manipulación de las propias noticias, datos o informaciones que se ofrecen al público, provocando la deformación interna de los hechos que se transmiten a partir de estos medios.

Niceto Blázquez señala refiriéndose a la manipulación de la información que "de cara a los medios de comunicación social manipular equivale a intervenir deliberadamente en los datos de una noticia por parte del emisor; a trastocar sutilmente esos datos; de modo que, sin anularlos del todo, den a la noticia un sentido distinto del original, de acuerdo con unos intereses preconcebidos por parte del emisor. Todo esto, además, de tal forma que el receptor no pueda percibir esa intervención sin recurrir a otras fuentes de información"³¹⁵; con esto se ocasiona que al manipular la información se reduzca la confiabilidad en cuanto a la validez de los datos, y con ello se contribuya a la manipulación de los receptores de la noticia.

³¹³ cit., ibidem, p. 258

³¹⁴ opud., HERRÁN/RESTREPO, op.cit., p. 240

³¹⁵ opud., ALVEAR ACEVEDO, C., et.al., op.cit., p. 37-38

Con la manipulación se ataca uno de los principios éticos indispensables para el comunicador, que es el de mostrar o transmitir con exactitud y precisión los datos, de tal modo que su veracidad sea confiable y válida para las personas que reciben la información.

Un mensaje manipulado es aquel en que se oculta información, se modifica, con el fin de obtener una estrategia de mercado; la manipulación de la información de esta forma niega la información veraz a sus receptores, degradando de esta forma la propia información y causando perjuicio en la comunidad a la que la comunicación sirve³¹⁶; debido a que atenta a el derecho que todo ser humano tiene de recibir información confiable y válida.

IV.9 Ética y Publicidad³¹⁷

La publicidad, elemento significativo dentro de las funciones propias de la profesión del comunicador, es un aspecto en el cual influye en gran medida la Ética, debido a que en nuestro mundo actual la publicidad ejerce un efecto característico en el público receptor, siendo que en ocasiones se tiende a una manipulación, atentando a uno de los principios éticos básicos.

No es raro encontrar en la prensa, revistas, televisión, radio, etc., publicidad encubierta de reportajes o de notas periodísticas, faltando a la Ética los responsables tanto de la agencia publicitaria, como del medio de comunicación utilizado, al no aclarar a los receptores el objetivo de la información. Estas formas de comunicación utilizadas por la publicidad, denigran tanto a la actividad publicitaria como a la actividad de la comunicación, pues están de por medio grandes intereses económicos más que la función comunicativa, sin respetar a la Ética profesional de estas funciones.

La publicidad, como actividad informativa, tiene una función muy importante en la sociedad: el estimular la aceptación y demanda de productos o servicios por parte del público. Utiliza los diferentes medios de comunicación y además carteles, folletos, publicidad aérea, volantes, y todo tipo de elementos para hacer más efectivos sus mensajes.

³¹⁶ *cf.*, KLAPP, O.E., *op. cit.*, p. 124-125

³¹⁷ *cf.*, MORALES LEÓN, J., *op. cit.*, p. 95-97

Es preciso destacar que la publicidad juega un papel significativo en una enorme cantidad de mensajes que llevan una finalidad netamente educativa: campañas de orientación para mejorar la salud, a la participación cívica y social, a la promoción de valores morales y nacionales; por ejemplo los anuncios que en la actualidad destacan el valor de la familia con el slogan ¡Viva la familia!.

El publicista profesional debe estar consciente de su función social, evitando desinformar al auditorio mediante mensajes, donde se falte a la verdad y a la objetividad informativa; falseando o exagerando las características del producto o servicio.

Es injustificado el uso y abuso de imágenes eróticas o pornográficas en la mayoría de anuncios publicitarios; se falta a la Ética cuando en el contenido de la información publicitaria, se atenta contra la salud física o moral de los receptores; ante estas transgresiones es indispensable resaltar los principios éticos que las combatan directamente y anulen sus efectos nocivos en el público receptor.

V.9.1 Código de Ética Publicitaria³¹⁸

En México, existe, como parte de la legislación en materia de Ética Publicitaria, un Código expedido por la Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad que busca el cumplimiento de una serie de principios éticos básicos con relación a la publicidad y su moralidad. Defendiendo el derecho a la información, expuesto en la Carta de Derechos Humanos de Naciones Unidas, en su artículo noveno; así como las obligaciones que en materia de libertad de comunicación se exponen en los artículos sexto y séptimo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, se toman para el presente código, como los principios fundamentales del mismo.

Para tener una idea global y sintética del contenido de este Código, se presenta a continuación un resumen del mismo:

³¹⁸ cfr., AMAP., Código de Ética Publicitaria.

INTERPRETACIÓN

Para fines de este Código, se define como Publicidad toda comunicación pagada dirigida al público o a un segmento del mismo, y cuyo objetivo sea el de informar o influir en las opiniones de aquellos a quien se dirige.

Se entiende como producto, cualquier cosa que constituye el objeto de un anuncio y comprende productos, servicios, empresas, y bienes muebles e inmuebles en general.

Se llama consumidor a cualquier persona a la cual se pretende alcanzar por medio de un anuncio, ya sea como usuario final, como cliente o como un individuo objeto de la comunicación.

Debido a las características de los diferentes medios como la prensa, televisión, radio, cine, anuncios en la vía pública y otros, un anuncio que es aceptable para su medio puede no serlo en otros, por lo que cada anuncio deberá ser evaluado en función del medio en donde se publique.

El Código se aplica a todo el contenido del anuncio incluyendo las palabras y números (hablados y escritos), las representaciones visuales, la música, los efectos de sonido y, en general, todos los elementos que lo componen.

REGLAMENTO. Principios básicos

Toda publicidad debe ser legal, decente, honesta y veraz. Todo anuncio debe ser preparado con un profundo sentido de responsabilidad social y deberá ajustarse a los principios de competencia justa, como son aceptados generalmente en las actividades de negocios.

Ningún anuncio debe deteriorar la confianza pública de en la publicidad.

De los principios básicos que maneja este Código, como artículos del mismo, se presentan los siguientes:

- 1º Decencia
- 2º Honestidad
- 3º Presentación veraz
- 4º Comparaciones
- 5º Testimonios
- 6º Denigración
- 7º Protección de la privacidad
- 8º Explotación de la clientela
- 9º Imitación
- 10º Identificación de anuncios
- 11º Niños y jóvenes
- 12º Responsabilidad

Estos principios, son entre otros, la base que fundamenta la existencia de este tipo de Códigos, que regulen de un modo legal y normativo, aspectos éticos a seguir, no sólo este campo de la publicidad, sino en toda la función que desempeña el comunicador.

Si se estudian detenidamente estos principios y todo lo que implican en materia de Ética y se comparan con lo que la realidad publicitaria ofrece en nuestro país, se pone en evidencia cómo en los anuncios y publicidad de los medios de comunicación social mexicanos violan estas disposiciones básicas que establece este código, como por ejemplo la decencia, que en un gran número de anuncios no es respetada y no cumple con las disposiciones de este código.

Así como este principio de decencia, se violan otros de los planteados por el código, bajo distintas formas y marcas. Ante esta situación que en materia de Ética es alarmante, se refuerza la necesidad de que todos los comunicadores, publicistas, reciban una formación Ética correcta, completa y adecuada, que defienda los derechos humanos, la dignidad de la naturaleza humana y evite con ello la denigración del hombre, tanto del profesional de la comunicación como de todos aquellos que reciben la influencia de los medios de comunicación social.

IV.10 Información: Principios éticos en los códigos.³¹⁹

La profesión del comunicador enfrenta una serie de problemas que contribuyen a la necesidad de formular principios de ética profesional:

1. Existe un viejo adagio que dice que "los doctores entierran sus errores, los abogados los ahorcan, pero los periodistas ponen los suyos en primera plana"; sus errores pueden consistir en dar honestamente cuenta de lo observado por ellos o en comentar en forma crítica lo que consideran equivocado.

2. El código profesional establece reglas para el funcionamiento interno, colegial; intenta reducir la competencia interna y trata de eliminar a los no calificados y a los inescrupulosos. De esta manera, el código da alguna identidad y status a la profesión.

3. Un tercer aspecto en la formulación de principios profesionales-éticos es el papel que éstos juegan en la definición del <<ideal de servicio>> profesional, aspecto importante del profesionalismo del informador.

4. Cualquier grupo profesional necesita conocer con claridad su relación con la sociedad en la cual funciona. Los códigos profesionales ayudan a incorporar al grupo profesional a una cierta estructura ideológica. Los principios éticos profesionales definen y legitiman la jerarquía de valores socioculturales que el informador necesita como una orientación para su relación con la sociedad.

En resumen, los principios profesionales-éticos son el producto de la necesidad del grupo profesional de idear un conjunto de reglas que definan y controlen sus derechos (libertades) y deberes (responsabilidades), su comportamiento ocupacional dentro del grupo, su ideal profesional y su relación hacia la sociedad dentro de la cual funciona.

En la mayoría de los códigos, la función profesional se describe como un servicio público: el comunicador debe servir con interés público. Esto permite al informador, en diferentes contextos

³¹⁹ cit., RUIZ ELDREDGE, A., *El Desafío Jurídico de la Comunicación Internacional*, p. 129-150

sociales, percibir su actitud profesional como un servicio para fomentar la aspiración a un mejor estado para toda la humanidad, un servicio para la libertad de la verdad, o un servicio para la opinión pública adecuadamente informada, independientemente de las características específicas que cada país debe otorgar a los códigos de esta profesión de acuerdo a su idiosincrasia e influencia en la sociedad.

Existen una serie de códigos éticos que regulan esta profesión a nivel internacional, continental o nacional, sin embargo, éstos tienen ciertos principios profesionales éticos en común, aún cuando su interpretación pueda variar ampliamente. El más común es un grupo de cinco principios que se presentan en el 40 por ciento de los códigos (en el orden de frecuencia con el cual aparecen):

1. *Secreto profesional*: la protección de la confidencialidad de las fuentes de información;
2. *Privacidad*: el respeto para la vida privada de todos los ciudadanos;
3. *Exactitud / correspondencia con los hechos / veracidad*: toda la información impartida deberá ser exacta, presentar todos los hechos y ser veraz;
4. *Corrección*: todos los errores, todas las informaciones inexactas o falsas deberán ser corregidas;
5. *Objetividad*: toda la información debe ser objetiva.

En un 25 por ciento de los códigos se presenta un grupo de tres principios en común:

6. *Integridad*: los periodistas no deberán aceptar ventajas personales, sobornos, etc.;
7. *Justicia*: los comunicadores deberán usar métodos correctos y legales para la obtención de información, también deberán ser justos con el público y con sus colegas;
8. *Imparcialidad*: los informadores deberán presentar todos los ángulos posibles de un asunto, informar sobre el mismo en forma bien equilibrada y carente de prejuicios.

Un tercer grupo de principios en común aparece en el 10 por ciento de los códigos:

9. *Acceso*: los periodistas deberán tener libre acceso a las fuentes de información;
10. *Contestación*: el público deberá tener derecho básico de réplica si cualquier información distorsionada es difundida.

Además de estos diez principios generales, existen diversos otros principios específicos que pueden presentarse en un código determinado, y que generalmente se refieren a la situación nacional pertinente.

Todos estos principios profesionales-éticos tienen como función clave la reglamentación de las relaciones entre el comunicador y su medio ambiente. Este medio ambiente consiste de ocho distintas categorías, según se manifiestan las mismas en los códigos. En el orden de frecuencia con el que aparecen, ellas son:

1. El *público* al cual se dirige el periodista;
2. Los *eventos* que utiliza como materia prima en la obtención, tratamiento y presentación de la información;
3. La *sociedad* en la cual funciona;
4. Las *fuentes* que le proporcionan la información y con las cuales generalmente desarrolla una relación especial;
5. El *grupo profesional* del cual forma parte;
6. Los *ideales de servicio* que guían su actividad profesional;
7. La *comunidad internacional*; y
8. La *institución de comunicación* de la cual es empleado.

A continuación se presenta la relación que existe entre las categorías y los principios guía, con reglamentaciones:

PÚBLICO

- a) Respeto a la esfera privada y a la reputación de las personas sus convicciones, costumbres, y sensibilidad.
- b) Protección contra calumnia, acusaciones sin pruebas y prejuicios en juicios legales.
- c) Protección contra la presentación de brutalidad y pesimismo.

EVENTOS

- a) Obtención con medios justos, honrados y legítimos.
- b) En su tratamiento: verificar para alcanzar la máxima certeza y veracidad y obtener todos los datos.
- c) Presentación: objetiva, imparcial, exacta, equilibrada y sin distorsión.
- d) Corrección de información falsa.

SOCIEDAD

- a) Reflejo de las normas sociales y éticas de la sociedad.
- b) Respeto para las instituciones sociales aceptadas.
- c) No violación de las leyes, seguridad y unidad nacionales.
- d) Apoyo a las metas sociales aceptadas.

FUENTES

- a) Confidencialidad de las fuentes. Protección del secreto profesional.
- b) Derecho a tener acceso a las fuentes de información.
- c) Conocimiento previo, por parte de las fuentes, de la presentación de sus declaraciones.

GRUPO PROFESIONAL

- a) Integridad personal: ni sobornos, ni ventajas personales.
- b) Comportamiento colegial: solidaridad, ausencia de plagios, eliminación de promoción por métodos inequitativos.
- c) Decencia en el desempeño del deber.

IDEAL DE SERVICIO

- a) Servir al interés público.
- b) Crear una opinión pública informada.
- c) Expresar conciencia social.
- d) Proveer liderazgo social.
- e) Educar a las masas.
- f) Apoyar a la lucha social.

COMUNIDAD INTERNACIONAL

- a) Ausencia de ataques a naciones amigas.
- b) Promoción de la coexistencia pacífica.
- d) Conocimiento sobre países extranjeros.

INSTITUCIONES DE COMUNICACIÓN

- a) Lealtad a la organización por la que está empleado.
- b) Libertad dentro de la política básica de la organización por la que está empleado.
- c) Contrato laboral justo. Participación en la toma de decisiones.

Tanto los principios como las categorías relacionados con ellos, presentados como la guía ética de los comunicadores, resaltan la función social que los profesionistas de este campo ejercen y el compromiso que adquieren ante la sociedad a la cual sirven, destacando la influencia moral de su labor profesional.

Es necesario considerar que las categorías que maneja este apartado, proporciona una idea amplia y completa de los ámbitos en los cuales el comunicador ejerce su función profesional, encaminando la tarea de este profesionista en un campo meramente ético, que rige su actuación moral y afecta directamente a la influencia que este ejerce en la sociedad, ante la cual debe

responder ante todo promoviendo el bien común y contribuyendo al perfeccionamiento individual y social de cada uno de los receptores.

IV.10.1 México: Código de Ética para los periodistas³²⁰

1. Declaramos que el Periodismo es una profesión honorable, y reconocemos las oportunidades que ofrece para servir a la comunidad. Para el periodista la sociedad está antes que el individuo, y la Patria antes que los gobiernos, y consideramos que el hombre es pasajero, y sólo las instituciones y los ideales perduran.

2. Declaramos como principio fundamental, que la verdad es la base más sólida de todo periodismo honrado, ir más allá de la verdad tanto en el texto como en los titulares, es subversivo a la causa del buen periodismo. Suprimir la verdad cuando ésta pertenece al público es una traición a la confianza colectiva.

3. Declaramos que no utilizaremos la libertad de expresión para encubrir un ataque injusto, un desahogo rencoroso o una investigación descuidada respecto a las personas o instituciones. El periodista deberá escribir solamente aquello que él crea sinceramente que es cierto.

4. Declaramos que no ejercemos el periodismo con elementos que no estén fundados sobre la más alta concepción de justicia y moralidad. La responsabilidad individual del periodista no puede ser eludida con el pretexto de que se siguen instrucciones ajenas, o se defienden intereses extraños.

5. Declaramos nuestro propósito de evitar todo control extraño en cualquier aspecto de nuestra práctica profesional, convencidos de que los mejores intereses de la sociedad requieren la libertad intelectual en el Periodismo.

³²⁰ URIBE O., H., *op. cit.*, p. 165

6. Declaramos, como contraria a la verdad, la publicación de informaciones e ilustraciones apócrifas, así como las entrevistas imaginarias, hechas a base del conocido criterio de una persona y sin su consentimiento.

7. Declaramos que nunca atacaremos al débil o indefenso, ya sea con argumentos, con inventivas o por medio del ridículo, y si descubrimos que nos hemos equivocado, jamás dejaremos de reconocerlo. Siempre trataremos a todas las personas en un plano de absoluta igualdad, dentro de lo humanamente posible, sin tomar en cuenta la riqueza, influencia o situación personal de los individuos.

8. Declaramos que nuestras informaciones estarán regidas por la más absoluta imparcialidad, basadas en hechos comprobados. Siempre las partes interesadas podrán publicar sus respectivos puntos de vista y cuando se publiquen las acusaciones de una parte, se publicarán también los descargos de la otra.

9. Declaramos que perseguiremos constantemente nuestra superación por el estudio, la investigación y la observación, de manera que nuestros trabajos periodísticos sean cada vez más documentados, de una mayor perspectiva y mejor encaminados al bien social.

10. Declaramos que el periodista deberá ser vínculo en la noticia, observante de sus obligaciones cívicas, honesto con sus competidores, leal a los fieles de su profesión, conscientes de su lealtad a la comunidad, al Estado y a la Nación, firme en la confirmación de las noticias publicadas bajo su responsabilidad, honorables en todos sus actos, altruistas en todos sus servicios y leal a todos sus amigos y críticos.

El objetivo de presentar este código, es primordialmente enfatizar la situación de que en nuestro país existe un marco legal deontológico, sobre algunas de las funciones principales que el Licenciado en Ciencias de la Comunicación puede realizar en la sociedad a la cual sirve, en este caso es el periodismo y como ya se estudió también existe una legislación en el ámbito publicitario en nuestro país respecto a esta profesión.

Con el estudio de los artículos enunciados en este código, se observa cómo el profesional de la comunicación es reconocido en nuestro país como un agente de cambio, como un profesionalista que desempeña un papel y una serie de funciones trascendentes en el desarrollo de la sociedad, y como parte de este progreso resalta el ejercicio ético del periodista, en este caso particular.

Se presentan en este código una serie de postulados éticos de este profesional, que ya han sido descritos en este capítulo pero que es preciso mencionar como parte de este documento legal. Entre estos conceptos destacan, por su lugar en la Deontología del Comunicador, los presupuestos de la verdad en el periodismo honrado; la libertad de expresión; la justicia; el control o manipulación de la práctica profesional del periodista; el respeto a la intimidad de las fuentes y el secreto profesional; la defensa de los derechos humanos; la objetividad en las interpretaciones informativas de datos; la competencia profesional y; los deberes y obligaciones. Se observa, cómo existe una preocupación y un interés por defender la dimensión ética de esta profesión.

CAPÍTULO V

ELABORACIÓN DEL PROGRAMA SEMESTRAL DE LA ASIGNATURA DE DEONTOLOGÍA DEL COMUNICADOR PARA LA UNIVERSIDAD DEL VALLE DE ORIZABA.

V.1 Introducción

Este último capítulo tiene como objetivo brindar un instrumento didáctico. En este caso, un programa, que sustente la formación ética-profesional de aquellos estudiantes que estén cursando la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

En los capítulos anteriores se buscó fundamentar la necesidad de que los Licenciados en Ciencias de la Comunicación reciban una preparación ética-filosófica, pues como ya se estudió, al ser en primer lugar profesionistas, y en segundo lugar servidores de una sociedad, deben conocer las bases filosóficas que les permitan comprender al hombre y a la sociedad, y como una parte esencial de esas bases se ubica la Ética, que en este caso se particulariza en una Deontología del Comunicador o Ética Profesional del Informador, con la finalidad de que estos profesionales de la comunicación actúen ante la sociedad a la que sirven, con una serie de principios y fundamentos éticos, que le permitan respetar la integridad y la dimensión moral de todas las personas.

Se ha visto cómo en la actualidad los medios de comunicación social ejercen una influencia significativa en todas las personas que reciben su información, lo que justifica aún más la trascendencia de que quienes manejan estos medios tengan una formación humanística profunda, en la que la Ética Profesional se destaca como la ciencia que va a guiar la actuación profesional de todos los comunicadores, para evitar, de alguna manera con esto, que se llegue a una manipulación y degradación de la persona humana y su dignidad, como se ha vendido haciendo a través de estos medios, que en vez de informar están desinformando y en lugar de educar, sólo están instruyendo y en ocasiones deseducando.

V.2 Justificación

Ante esta situación en la que se encuentran los medios de comunicación social y frente al surgimiento de esta Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, es manifiesta la necesidad de que en esta Licenciatura se imparta como una de las asignaturas especiales, la materia de Deontología del Comunicador o Ética Profesional del Informador, con el fin de contribuir a la formación integral de cada uno de sus estudiantes, objetivo que cualquier Universidad de calidad debe perseguir, pues se debe buscar ante todo la perfección, para lo cual es necesario recibir una educación integral enfocada a la especialidad que se esté estudiando.

Es por ello, que en el caso particular de la Universidad del Valle de Orizaba, se detectó esta necesidad, pues aunque sí reciben cierta formación Ética en otras asignaturas, no se le da la trascendencia debida a esta materia, y sólo se estudia de una forma general y no especializada a la propia carrera, que como ya se mencionó es una carrera con un fuerte sentido de servicio social, ante el cual cada uno de sus estudiantes tiene que responder con compromiso ético.

Se pretende ofrecer un programa semestral de la asignatura mencionada: Deontología del Comunicador, adaptada a la Filosofía de la Universidad, a las exigencias de los estudiantes y profesores, así como también a la Ética del Comunicador que se establece en un nivel Internacional y Nacional. Este programa se va a elaborar con base en los resultados del diagnóstico de necesidades, en la Filosofía de la Universidad y en todo el fundamento teórico que se manifestó en los capítulos anteriores.

Como elemento adicional a la justificación de la necesidad de una formación Deontológica para todo profesional de la comunicación, y como reforzamiento de los resultados obtenidos en el diagnóstico de necesidades, se presentan los datos arrojados por una encuesta realizada en distintos países, con el fin de conocer su opinión acerca de una serie de aspectos sociales. Entre los que se evaluaron se encuentra la función de los medios de comunicación social en una sociedad³²¹.

³²¹ *Idr.*, KREIMERMAN, J., "Revela encuesta nacional: Ven control en Medios", *In.*, Reforma., no. 106., año 1., México, D.F., viernes 18 de marzo de 1994., p. 1, 8-9 sección A.

La encuesta, como ya se mencionó se aplicó a muestras poblacionales de distintos países: Canadá, Francia, Alemania, Italia, México, España, Reino Unido y Estados Unidos; fue realizada por los periódicos Reforma y El Norte de nuestro país junto con otros medios de los países restantes, todos bajo la coordinación del Times Mirror Center for the People and the Press (el Centro Times Mirror para la Gente y la Prensa). En México, el sondeo se hizo en mil 507 entrevistas realizadas entre el 15 y el 23 de enero de 1994 a personas mayores de 18 años.

Las preguntas elaboradas a los encuestados eran variadas en temas, entre los que se encontraban la influencia y papel de los medios de comunicación social en la sociedad actual. De las preguntas y resultados relacionados con nuestro tema se destacan:

1. ¿Cree que los medios gozan o no de la libertad para reportar la verdad sobre cuestiones políticas y nacionales?

RESULTADO = SÍ 52% NO 42% NO SABE 6%

2. ¿Cree que las organizaciones noticiosas son independientes, o están con frecuencia influenciadas por personas y organizaciones poderosas?

RESULTADO = INFLUENCIADAS 62% INDEPENDIENTES 31% NO SABE 7%

Por lo que más dos tercios de las personas mexicanas encuestadas, piensan que las empresas de información no son independientes, sino que están altamente influidas por personas y organizaciones poderosas.

Entre otros resultados arrojados y relacionados con los medios de comunicación social se obtuvo que en México, como en Canadá e Italia, se cree que el principal defecto de dichos medios es el sensacionalismo.

Los mexicanos creen, en un 70%, que cuando las noticias analizan un tema polémico, no se presentan con equilibrio y tienden a favorecer a una de las posiciones.

Los lectores y audiencias de periódicos y noticiarios televisivos mexicanos, se quejan de un amarillismo, una falta de objetividad y de una sobre carga de publicidad que perciben.

Estos datos arrojados a través de esta encuesta, evidencian el hecho de que la población receptora de información se encuentra inconforme con el servicio que estos medios prestan, debido a la falta de objetividad, la excesiva publicidad, la manipulación de la comunicación así como de las agencias informativas, la falta de una verdadera libertad de expresión, el sensacionalismo, etc.; indicadores de la carencia de formación ética, - entre otros tipos de conocimientos -, de todos aquellos sujetos que se dedican profesionalmente a la comunicación; justificando con ello la necesidad de brindar dicha formación como parte de la preparación académica de estos profesionales.

V.3 Análisis del plan y programas de estudios de la Universidad del Valle de Orizaba

Antes de proceder al análisis del plan y los programas de estudios de la Universidad del Valle de Orizaba, es necesario mencionar que se realizó una investigación de los planes de estudios de distintas Universidades que ofrecen esta Licenciatura, con el fin de verificar si en alguna de ellas se brindaba esta asignatura en su plan de estudios, se encontró que ninguna de las Universidades investigadas en el Distrito Federal y área metropolitana cuentan con la mencionada materia, lo que permite señalar que esta deficiencia curricular no es particular de la Universidad del Valle de Orizaba, sino que es un problema que la mayoría de las Universidades en el D.F. y área metropolitana manifiestan. Fue interesante encontrar que en la Universidad Veracruzana en el área de Medios Impresos sí se cuenta con esta asignatura titulada: Ética y Crítica en Periodismo, que por razones institucionales no se tuvo acceso al programa mencionado.

Las Universidades investigadas en el D.F. y área metropolitana fueron: Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma de México, Universidad del Valle de México, Escuela de Periodismo "Carlos Septién García", Universidad Autónoma Metropolitana unidad Azcapotzalco y unidad Xochimilco, Universidad Iberoamericana, Universidad Anáhuac, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey campus ciudad de México y la Universidad Veracruzana. Es preciso señalar que tanto en la Universidad Iberoamericana y en la Universidad

Anáhuac el plan de estudios cuenta con una fuerte formación Filosófica, pero en ninguna se cuenta en específico con la asignatura de Ética Profesional o Deontología del Comunicador.

A través de esta investigación, se puso de manifiesto la carencia curricular que existe de esta asignatura en un nivel nacional, lo que justifica en mayor medida la creación de la misma, no sólo para la Universidad que se está estudiando, sino para todas aquellas Universidades o Instituciones de Educación Superior que brindan la Licenciatura y carecen de este programa, esencial para la consecución de una formación integral.

En el capítulo dos, se presentó el plan de estudios de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación con que cuenta la Universidad del Valle de Orizaba, y en él se puede observar la carencia de la asignatura de Ética Profesional o Deontología del Comunicador, con lo que se están dejando insatisfechos dos de los principios que establece la propia Universidad en su Perfil del estudiante de esta Licenciatura. Dichos principios son³²²:

1. En el área de conocimientos se establece que el egresado deberá haber adquirido, entre otros conocimientos, la Filosofía, los valores, la conducta y las actitudes relacionadas con la Ética Profesional de un comunicador comprometido moralmente con la sociedad a quien sirve y de la cual forma parte.
2. Con relación a las características personales (aprender a ser) que el egresado deberá alcanzar, dentro del proceso de información y maduración personal, se encuentra entre otras, la formación moral de respeto hacia la opinión personal de los otros; acato a las disposiciones normativas y vigentes en la sociedad en donde vive o el medio en que trabaja y apego a la legislación nacional. Valores éticos de alta significancia que aseguren su comportamiento veraz y confiable dentro de su campo profesional.

Es evidente entonces, que la Universidad del Valle de Orizaba tiene como uno de sus pilares la formación integral del estudiantes, en la cual su dimensión moral es un aspecto que debe ser abarcado, pero se presenta el problema de que esta formación moral-ética se ve reducida y generalizada en su plan de estudios, por lo que es necesario cubrir esta carencia introduciendo

³²² cfr., I.E.S.V.O., Perfil del Licenciado en Ciencias de la Comunicación

una asignatura que sea específica para esta rama de su preparación profesional, y también personal o humana.

Como se manifestó, el plan de estudios no comprende la asignatura en cuestión, sin embargo, con el análisis de los programas de cada una de las asignaturas que sí se cursan se encontró que en dos de ellas reciben, de acuerdo a los contenidos programáticos, conocimientos éticos. Estas materias son Filosofía II que se cursa en el segundo semestre y Géneros Periodísticos II en el cuarto semestre. A continuación se presentan los contenidos mencionados de las dos asignaturas:

FILOSOFÍA II

Unidad IV. Ética

4.1 Definición

4.2 El acto humano

4.3 Los valores

4.3.1 Definición

4.3.2 Naturaleza

4.3.3 Axiología

4.3.4 Función

4.4 Filosofía de la Ética Profesional

GÉNEROS PERIODÍSTICOS II

Unidad V. Ética en el Periodismo

5.1 Definiciones de Ética

5.2 Definiciones de Moral

5.3 Qué es la norma

5.4 Principios Internacionales de Ética Profesional

Como se puede observar en estos contenidos programáticos existe una reducción de lo que es en sí misma la Ética y la Ética Profesional, puesto que en el contenido que se incluye como parte de la asignatura de Filosofía II, se limita a describir lo que es la Ética, el acto humano y especialmente los valores, reduciendo esta ciencia, puesto que no abarca conocimientos básicos e indispensables como libertad, bien, mal, virtud, etc. y sólo está estudiando un aspecto general y limitado de la Ética, considerando a ésta como una ciencia más compleja y no reducida.

Por otro lado en la materia de Géneros Periodísticos II se intenta abarcar lo que es la Ética en el Periodismo, volviendo a reducir esta asignatura a presupuestos indispensables, además de que en ningún momento se está estudiando, de acuerdo a los contenidos, lo que es la Ética Profesional y sus principales características y mucho menos abarca los contenidos indispensables de la Ética del Comunicador, además de que se reduce al nivel periodístico, aunque en ocasiones se mencione de periodismo refiriéndose erróneamente a el proceso de comunicación que llevan a cabo todos los medios masivos y no sólo el periódico o la persona encargada de investigar y transmitir noticias propias de la función del periodista únicamente.

Es evidente, después de analizar tanto el plan como los programas de estudio, que la Deontología del Comunicador en la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad del Valle de Orizaba es en extremo reducida, por lo que se presenta ante esta situación la necesidad y al mismo tiempo la exigencia de la creación de un programa especial que abarque los contenidos básicos y fundamentales que en materia de Deontología deben llevar los comunicadores.

V.4 Diagnóstico de necesidades

"El diagnóstico hace referencia al método por el que se traslada y comparan hechos desconocidos con otros conocidos para descubrir, mediante esa comparación, rasgos distintivos, anomalías o funciones deterioradas. El resultado del diagnóstico surge de la adecuación o no entre la situación actual a la que se aplican las técnicas del examen y el paradigma que se ha tomado como modelo. El simple acto de diagnosticar no indica la existencia de una anomalía. Todo diagnóstico presupone, sin embargo, una confrontación con la normatividad (con lo que en ese momento la sociedad acepta como norma o modelo a seguir)"³²³. Mientras que la necesidad

³²³ SANTILLANA, *op. cit.*, p. 399

implica que algo falla, que hay una limitación en alguna parte; da la idea de una carencia o ausencia de algún elemento para el funcionamiento eficiente de un sistema³²⁴.

Tomando en cuenta, entonces, que la necesidad es una carencia y que por medio del diagnóstico se va a comprobar y confrontar la hipótesis de la carencia de algo; en este trabajo de investigación el diagnóstico de necesidades está encaminado a verificar la necesidad de la existencia curricular de la asignatura de Deontología del Comunicador en la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, de la cual carece la Universidad del Valle de Orizaba, a través de la aplicación de cuestionarios a maestros y alumnos de la mencionada Institución, con el fin de conocer la opinión que al respecto tienen las personas involucradas en esta carrera de dicha Universidad.

V.4.1 Objetivos

Los objetivos que se persiguen al realizar este diagnóstico y aplicar los cuestionarios son:

Cuestionario alumnos

1. Identificar las características básicas de la población estudiantil de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.
2. Distinguir la opinión que los estudiantes tienen respecto a su papel como sujetos de influencia social.
3. Determinar el grado de conocimientos que los alumnos poseen con relación a el saber filosófico y ético de la formación humanística que reciben.
4. Evaluar el grado de conciencia que los alumnos poseen respecto a su formación y actuación Ética Profesional.
5. Demostrar la necesidad de implantar la materia de Deontología del Comunicador en la Licenciatura.
6. Categorizar una serie de contenidos relacionados con la asignatura propuesta.

³²⁴ cfr., MENDOZA NÚÑEZ, A., Manual para determinar necesidades de capacitación, p.19

Questionario profesores

1. Registrar datos generales acerca de los profesores y su labor en la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.
2. Recabar la opinión del profesorado sobre la necesidad de contenidos filosóficos y éticos para el comunicador, tanto como estudiante como profesional.
3. Comprobar la viabilidad de incluir la materia de Deontología del Comunicador en el plan de estudios de esta Licenciatura.
4. Estimar los contenidos que los profesores consideran como básicos para impartir en la materia mencionada.

Objetivo general del diagnóstico: Justificar a través de los resultados obtenidos a partir de la aplicación los cuestionarios, la necesidad de incluir la asignatura propuesta a la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

V.4.2 Diseño y elaboración del Instrumento

El instrumento que se elaboró para aplicarlo como parte del diagnóstico de necesidades fue el cuestionario, debido a la facilidad de su aplicación y a la acumulación de información que de este tipo de instrumento se puede obtener.

Para comprender por qué se eligió al cuestionario como técnica del diagnóstico, es preciso, describir en qué estriba un cuestionario: Son tests consistentes en presentar al sujeto una lista de preguntas, que generalmente se responden por escrito, y que se refieren a: datos personales, opiniones, gustos, intereses, comportamientos diversos, sentimientos, etc., los cuestionarios pueden ser de dos tipos: a) Forma cerrada; piden a los sujetos respuestas cortas del tipo ¿sí, no?, señalar entre varias respuestas una, etc. y b) Forma abierta; demandan una respuesta libre redactada por el propio sujeto³²⁵.

El cuestionario elaborado para esta investigación es mixto, puesto que tanto presenta una forma cerrada como abierta, debido a que al ser la Ética una ciencia Filosófica, era necesario realizar

³²⁵ cfr., SANTILLANA., op.cit., p. 340

preguntas abiertas que propiciarán la obtención de las opiniones de los estudiantes y maestros, así como de sus conocimientos acerca de esta área del saber humano; lo cual no se podría haber obtenido únicamente con preguntas cerradas y se hubiera limitado la obtención de información que justifique la necesidad de esta asignatura filosófica, además las preguntas abiertas permitirán conocer el por qué de las contestaciones a las preguntas cerradas, con el fin de evaluarlas cualitativamente.

V.4.3 Cuestionario

A continuación se presentan los cuestionarios aplicados a los alumnos y profesores de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad del Valle de Orizaba.

Questionario alumnos

FECHA: _____

EL PRESENTE CUESTIONARIO TIENE COMO OBJETIVO REALIZAR UNA INVESTIGACIÓN QUE FORMA PARTE DE UNA TESIS PROFESIONAL. TE SOLICITAMOS QUE POR FAVOR RESPONDAS CON ATENCIÓN Y DE LA FORMA MÁS COMPLETA POSIBLE LOS SIGUIENTES REACTIVOS, MARCANDO CON UNA X EN EL CASO QUE ASÍ SE PRESENTE.

AGRADECEMOS DE ANTEMANO TU VALIOSA COLABORACIÓN.

DATOS GENERALES:

Sexo: Femenino () Masculino () Edad: _____

Semestre de la Licenciatura que te encuentras cursando: _____

¿Trabajas en algún medio de comunicación social? SI () NO ()

CUESTIONARIO DE OPINIÓN

1.- ¿Consideras que el Comunicador tiene influencia en la conducta de las personas?

SI () NO ()

¿Por qué? _____

2.- ¿Crees que es indispensable que el estudiante de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación curse materias con contenido Filosófico?

SI () NO ()

¿Por qué? _____

3.- ¿Conoces lo que es la Ética?

SI () NO ()

¿Qué es? _____

¿Para qué sirve? _____

4.- ¿Piensas que el Comunicador debe actuar conforme a principios éticos?

SI () NO () ALGUNAS VECES () LA MAYORÍA DE LAS VECES ()

¿Por qué? _____

5.- ¿Incluirías en el Plan de Estudios de tu carrera la materia: Ética Profesional del Comunicador?

SI () NO ()

Si tu respuesta es afirmativa, ¿en qué semestre lo harías y por qué?

6.- ¿Qué contenidos consideras se deberían proporcionar en la Licenciatura, con respecto a la Ética Profesional de la misma? (Elige todos los que te parezcan convenientes)

- Secreto Profesional ()
- La veracidad informativa ()
- Respeto a la intimidad y derecho a informar ()
- Libertad de expresión ()
- Influencia moral de los medios de comunicación ()
- Códigos éticos del informador ()
- Derecho y deber de informar ()
- Respeto a la opinión pública ()
- Justicia ()
- Corrupción en los medios de comunicación ()
- Confidencialidad de las fuentes ()
- Manipulación ()
- Códigos éticos de la publicidad ()

Menciona otros temas que no se presentaron y te parecen importantes: _____

Questionario Profesores

FECHA: _____

EL PRESENTE CUESTIONARIO TIENE COMO OBJETIVO REALIZAR UNA INVESTIGACIÓN QUE FORMA PARTE DE UNA TESIS PROFESIONAL. SOLICITAMOS QUE POR FAVOR RESPONDA CON ATENCIÓN Y DE LA FORMA MÁS COMPLETA POSIBLE LOS SIGUIENTES REACTIVOS, MARCANDO CON UNA X EN EL CASO QUE ASÍ SE PRESENTE.

AGRADECEMOS DE ANTEMANO SU VALIOSA COLABORACIÓN.

DATOS GENERALES:

Profesión: _____

Asignaturas que imparte en la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación: _____

¿Cuántos semestres tiene impartiendo clases en esta Licenciatura en la Universidad del Valle de Orizaba? _____

¿Conoce el Plan de Estudios de la carrera? SI () NO () MÁS O MENOS ()

CUESTIONARIO DE OPINIÓN

1.- ¿Cree ud. que es indispensable que el estudiante de esta Licenciatura curse materias de contenido Filosófico?

SI () NO ()

¿Por qué? _____

2.- ¿Piensa ud. que el comunicador debe actuar conforme a principios éticos?

SI () NO ()

¿Por qué? _____

3.- ¿Incluiría en el Plan de Estudios de la Licenciatura la materia: Ética Profesional del comunicador?

SI () NO ()

Si su respuesta es afirmativa, ¿en qué semestre lo haría y por qué? _____

4.- ¿Qué contenidos incluiría en dicha materia? _____

Sobre ambos cuestionarios se debe aclarar que se presentó la asignatura como Ética Profesional del Comunicador, debido al desconocimiento que en general se tiene sobre el término Deontología.

V.4.4 Resultados e interpretación

El cuestionario elaborado fue aplicado a los estudiantes de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad del Valle de Orizaba. La muestra comprendió un total de 170 estudiantes de todos los semestres, representando el 85% del total de la población estudiantil de esta carrera. A continuación se presentan los resultados obtenidos por semestre, al final se presenta un concentrado de toda la carrera. Es preciso aclarar que en este curso escolar no existen ni el 7º semestre ni el 9º, por lo que sólo se cuenta en total con ocho semestres en este curso de febrero a julio de 1994 (dos de segundo).

El objetivo de realizar, en un primer momento, una interpretación particular por semestre, era apreciar los conocimientos, opiniones e ideas que en materia de Ética poseen por grupo o semestre, detectando con ello cuál es la preparación filosófica que han recibido por grupos los distintos alumnos de esta Licenciatura, para con base en estos resultados, comparar su formación en este aspecto y concluir con el concentrado de semestres. Esta interpretación por semestre, permitió identificar la fijación, retención y/o adquisición de conocimientos filosóficos-éticos que los alumnos han desarrollado a través de los semestres que hayan, hasta ese momento, estudiado.

Los resultados obtenidos fueron interpretados tanto cuantitativamente como cualitativamente. En las preguntas abiertas se estableció una interpretación más cualitativa que cuantitativa debido a la diversidad de opiniones que se presentaron en las respuestas, en algunas se presentaron porcentajes aproximados del número de estudiantes que contestaron de forma semejante; esto se hizo de esta forma pues era necesario conocer los distintos pensamientos que los alumnos tienen acerca de este tema filosófico, sobre el cual no se podía realizar un cuestionamiento cerrado, pues se hubiera limitado la riqueza de la información obtenida al ser preguntas abiertas.

Del cuestionario aplicado a los profesores, se siguió un metodología semejante - en cuanto a su interpretación - a la de los alumnos, que se presenta inmediatamente después de la interpretación general de todos los semestres de la Licenciatura. Se presentan también gráficas alusivas al concentrado de los semestres y al cuestionario de profesores, con la finalidad de obtener una visión esquemática de los resultados cuantitativos.

PRIMER SEMESTRE

DATOS GENERALES:

FECHA DE APLICACIÓN: 23 de febrero de 1994

PORCENTAJE DE ALUMNOS ENTREVISTADOS: 90% que representa la mayoría del total de alumnos en este semestre.

Sexo: *Femenino* 55.55% *Masculino* 44.44%

En este semestre existe un relativo equilibrio en el sexo de sus integrantes, sin embargo hay una mayor población femenina.

Edad: *18 años* 33.33% *19 años* 44.44%
 23 años 11.11% *No contestó* 11.11%

¿Trabajas en algún medio de comunicación social?

SI 33.33%

NO 66.66%

Es un porcentaje bajo el de los alumnos que trabajan, por lo que se concluye que no todos tienen un contacto directo con la realidad en comunicación, acerca del aspecto laboral, pero sí como espectadores.

CUESTIONARIO DE OPINIÓN

1.- ¿Consideras que el Comunicador tiene influencia en la conducta de las personas?

SI 100% NO

¿Por qué? El 100% de esta muestra considera que el comunicador sí influye en la conducta de las personas. Algunas de las ideas principales sobre esta influencia, es por que el comunicador a través de su lenguaje tiene el poder de persuadir a su público. En menor porcentaje señalaron

que se producía una manipulación de la masa, así como por parte de ella se manifiesta una imitación a los comunicadores; y esto conduce a un buen o mal comportamiento en las personas que reciben la influencia de estos profesionales.

2.- ¿Crees que es indispensable que el estudiante de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación curse materias con contenido Filosófico?

SI 88.88% NO 11.11%

¿Por qué? Sólo uno de los entrevistados (11.11%) considera que no es necesario que los estudiantes de esta carrera reciban una preparación filosófica, pues señala que no sirve para la práctica profesional. El 88.88% manifestó que sí es indispensable esta formación, entre los motivos principales se mencionaron que era necesaria para comprender la realidad así como para fomentar el razonamiento en el pensamiento (aproximadamente 33.33% para cada afirmación). En menor proporción se señaló que para adquirir una cultura general, así como para conocer al hombre.

3.- ¿Conoces lo que es la Ética?

SI 77.77% NO 22.22%

¿Qué es? El 77.77% que contestó que sí conocían lo que es la Ética tienen un conocimiento correcto de lo que es, ya que manejan conceptos de bondad y maldad, actos humanos, así como moral.

¿Para qué sirve? En general la tendencia fue responder que sirve para guiar los actos humanos hacia el bien o hacia el mal. Otras ideas expuestas es que servía para reflexionar, para conocerse mejor, y para saber respetar a los demás.

4.- ¿Piensas que el Comunicador debe actuar conforme a principios éticos?

SI 55.55% NO ALGUNAS VECES 22.22% LA MAYORÍA DE LAS VECES 22.22%

¿Por qué? El 55.55% que respondió que sí, señaló que para ser un buen comunicador y saber actuar responsablemente ante la sociedad. El 22.22% que contestó que algunas veces no tenían clara la pregunta, pues reafirmaron el que sí se debe actuar con principios éticos al especificar que era por respeto; mientras que el 22.22% restante señaló que había algunas excepciones y que no siempre se puede actuar así pues el ambiente no lo permite.

5.- ¿Incluirías en el Plan de Estudios de tu carrera la materia: Ética Profesional del Comunicador?

SI 88.88% NO 11.11%

Si tu respuesta es afirmativa, ¿en qué semestre lo harías y por qué? De los que respondieron que sí, un 55.55% del total la incluiría en los 3 últimos semestres con el fin de salir preparados éticamente frente al desempeño laboral, y aproximadamente un 22.22% contestó que en los primeros para formar una conciencia desde el principio de su formación.

6.- ¿Qué contenidos consideras se deberían proporcionar en la Licenciatura, con respecto a la Ética Profesional de la misma? (Elige todos los que te parezcan convenientes)

| CONTENIDOS | PORCENTAJE |
|--|------------|
| Secreto Profesional | 55.55% |
| La veracidad informativa | 55.55% |
| Respeto a la intimidad y derecho a informar | 55.55% |
| Libertad de expresión | 77.77% |
| influencia moral de los medios de comunicación | 44.44% |
| Códigos éticos del informador | 44.44% |
| Derecho y deber de informar | 44.44% |
| Respeto a la opinión pública | 55.55% |
| Justicia | 55.55% |
| Corrupción en los medios de comunicación | 44.44% |
| Confidencialidad de las fuentes | 22.22% |
| Manipulación | 33.33% |
| Códigos éticos de la publicidad | 66.66% |

Como se observa, los contenidos que mayor porcentaje obtuvieron fueron Libertad de expresión (77.77%) y Códigos éticos de la publicidad (66.66%); los más bajos fueron Confidencialidad de las fuentes(22.22%) y Manipulación (33.33%)

Menciona otros temas que no se presentaron y te parecen importantes: No mencionaron ningún contenido.

SEGUNDO SEMESTRE "A"

DATOS GENERALES:

FECHA DE APLICACIÓN: 22 de febrero de 1994

PORCENTAJE DE ALUMNOS ENTREVISTADOS: 31% que indica que fue la mayoría del total de alumnos de este semestre.

Sexo: *Femenino* 66.67% *Masculino* 33.33%

Lo que permite observar una población femeninapredominate sobre la masculina.

| | | | | |
|--------------|----------------|--------|----------------|--------|
| <u>Edad:</u> | <i>17 años</i> | 3.33% | <i>18 años</i> | 43.33% |
| | <i>19 años</i> | 26.66% | <i>20 años</i> | 10% |
| | <i>21 años</i> | 6.66% | <i>22 años</i> | 6.66% |
| | <i>23 años</i> | 3.33% | | |

¿Trabajas en algún medio de comunicación social?

SI 6.66% NO 93.33%

Se observa que es una minoría de los estudiantes la que tiene contacto laboral en algún medio masivo.

CUESTIONARIO DE OPINIÓN

1.- ¿Consideras que el Comunicador tiene influencia en la conducta de las personas?

SI 100% NO

¿Por qué? El 100% de esta muestra considera que el comunicador sí influye en la conducta de las personas, sobre las afirmaciones del por qué sí influye se señala que influye a través de la manipulación, la persuasión, la imitación; que tiene repercusión porque es una guía y un líder de

opinión que transforma el modo de pensar y de comportarse de las personas que reciben su influencia.

2.- ¿Crees que es indispensable que el estudiante de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación curse materias con contenido Filosófico?

SI 86.66% NO 10% No contestó 3.33%

¿Por qué? La persona que contestó que no, y que representa el 3.33% señaló que porque esta ciencia no guarda ninguna relación con la carrera. Mientras que el restante 86.66%, señala entre otras razones, que sí es necesario recibir formación filosófica porque ayuda a entender al hombre (23.33% aproximadamente), desarrolla el razonamiento (6.66%) y ayuda a ser un buen profesionalista (10%). En un menor porcentaje señalan que proporciona valores, forma un criterio propio y es la base de la comunicación.

3.- ¿Conoces lo que es la Ética?

SI 86.66% NO 13.33%

¿Qué es? Del 86.66% que señala que sí conoce lo que es la Ética, sólo un 50% aproximadamente de las 26 personas que contestaron que sí, tiene conceptos relacionados con esta ciencia, como que es parte de la Filosofía, que estudia la conducta humana, la bondad o maldad de los actos; mientras que el 36.66% no tienen una concepción clara de que consiste la Ética, pues la relacionan personalizar los principios o normas de conducta.

¿Para qué sirve? Aproximadamente un 19.23%, que es la mayoría de los alumnos, señala que sirve para saber actuar, mientras que otras ideas señaladas son que sirve para distinguir entre el bien y el mal de un acto, para saber criticar, conocer el comportamiento humano, así como para analizar los actos humanos.

4.- ¿Piensas que el Comunicador debe actuar conforme a principios éticos?

SI 46.66% NO 6.66% ALGUNAS VECES 30%
LA MAYORÍA DE LAS VECES 16.66%

¿Por qué? El 46.66% que respondió que sí, básicamente afirmaron que porque tiene un compromiso con el bienestar social, el cual deben conseguir con sus acciones (16.66%); otras de las opiniones relevantes fue que ayudaban a criticar y persuadir, para tener una actuación correcta y para ser un buen profesional. Por otro lado el 6.66% que contestó que no, manifestaron que porque la Ética exageraba en sus normas y porque limitaba a las acciones humanas.

El 30% que manifestó que sólo algunas veces debe actuar conforme a principios, justificaron su respuesta señalando que dependía de la teoría que se tomara o que se debían acomodarse al nivel; y una persona se contradijo al explicitar que buscaba el bienestar de los demás, lo cual no sólo se debe buscar algunas veces. Por último los que señalaron que se aplicaban en la mayoría de los casos, explicaron que porque en ocasiones se obsesionan y pierden otro tipo de valores, y otro manifestó que porque no siempre se permite actuar con la verdad, porque no tendría posibilidades laborales.

5.- ¿Incluirías en el Plan de Estudios de tu carrera la materia: Ética Profesional del Comunicador?

SI 86.66%

NO 10%

No contestó 3.33%

Si tu respuesta es afirmativa, ¿en qué semestre lo harías y por qué? El mayor porcentaje de las opiniones (20%) consideró que incluiría la materia en el noveno semestre, puesto que era el último semestre y propiciaría para dar las bases éticas con el fin de salir preparados en este aspecto en función de su desempeño profesional.

En segundo lugar se ubico el tercer semestre, al considerar que es viable en este semestre para dar una continuidad con la asignatura de Filosofía II. Las demás opiniones se distribuyen indistintamente en los semestres restantes.

6.- ¿Qué contenidos consideras se deberían proporcionar en la Licenciatura, con respecto a la Ética Profesional de la misma? (Elige todos los que te parezcan convenientes)

| CONTENIDOS | PORCENTAJE |
|--|------------|
| Secreto Profesional | 36.66% |
| La veracidad informativa | 50% |
| Respeto a la intimidad y derecho a informar | 50% |
| Libertad de expresión | 86.66% |
| Influencia moral de los medios de comunicación | 30% |
| Códigos éticos del informador | 23.33% |
| Derecho y deber de informar | 46.66% |
| Respeto a la opinión pública | 60% |
| Justicia | 43.33% |
| Corrupción en los medios de comunicación | 53.33% |
| Confidencialidad de las fuentes | 30% |
| Manipulación | 53.33% |
| Códigos éticos de la publicidad | 70% |

Como se observa, los contenidos que mayor porcentaje obtuvieron fueron Libertad de expresión (86.66%) Y Códigos éticos de la publicidad (70%), los más bajos fueron Códigos éticos del informador (23.33%) e Influencia moral de los medios de comunicación (30%).

Menciona otros temas que no se presentaron y te parecen importantes: Daños y perjuicios de una Ética exagerada.

SEGUNDO SEMESTRE "B"

DATOS GENERALES:

FECHA DE APLICACIÓN: 22 de febrero de 1994

PORCENTAJE DE ALUMNOS ENTREVISTADOS: 89.74%, porcentaje que representa el mayor número de alumnos del total de este semestre.

| | | | | |
|--------------|-----------------|--------|------------------|--------|
| <u>Sexo:</u> | <i>Femenino</i> | 65.71% | <i>Masculino</i> | 34.28% |
|--------------|-----------------|--------|------------------|--------|

Estos porcentajes permiten determinar un población femenina superior a la masculina.

| | | | | |
|--------------|----------------|--------|----------------|-------|
| <u>Edad:</u> | <i>17 años</i> | 5.71% | <i>18 años</i> | 40% |
| | <i>19 años</i> | 34.28% | <i>20 años</i> | 2.58% |
| | <i>21 años</i> | 17.14% | | |

¿Trabajas en algún medio de comunicación social?

SI 8.57% NO 91.42%

Se observa que es una minoría de los estudiantes la que tiene contacto laboral en algún medio masivo.

CUESTIONARIO DE OPINIÓN

1.- ¿Consideras que el Comunicador tiene influencia en la conducta de las personas?

SI 100% NO

¿Por qué? El 100% manifestó su concordancia con que el comunicador influye en la conducta de sus receptores, y entre los aspectos que señalaron por los que consideran que es de esta forma destacan el modificar la opinión por medio de sus mensajes (17.14%), la tendencia de los receptores a imitar las conductas u opiniones de los informadores (11.42%), por el poder de

persuasión que poseen estos profesionales (11.42%), porque tienen los medios idóneos para lograr este fin de influencia (11.42%) y porque consideran que los sujetos receptores de la información no tienen criterio, ni formas de pensamiento propias (11.42%).

2.- ¿Crees que es indispensable que el estudiante de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación curse materias con contenido Filosófico?

SI 80% NO 11.42% No contestó 8.57%

¿Por qué? Las personas que representan el 11.42%, señalaron que no es necesaria esta asignatura porque no sirve y no tiene relación con sus carreras. El 80% que contestó que sí, entre las consideraciones que más se repitieron están: para formar un criterio amplio (14.28%), con el fin de conocer los distintos pensamientos (14.28%), y en un porcentaje menor, para recibir una formación integral y humanística, para aprender a reflexionar o analizar el pensamiento humano, por enriquecimiento y cultura general, además para comprender al hombre, a la sociedad y encontrar un por qué de cada cosa.

3.- ¿Conoces lo que es la Ética?

SI 97.14% NO 2.58%

¿Qué es? Del 97.14% que dijo conocer lo que es la Ética, el 62.35% sí tienen conceptos relacionados con esta ciencia, como por ejemplo que es una rama Filosófica, que estudia el bien y el mal, comprende los actos humanos, así como la moralidad, mientras que el 14.79% restante están confundidos con el aspecto profesional y social de la Ética, pero no con lo que es en sí misma la Ética.

¿Para qué sirve? Entre las ideas básicas que expresan aspectos reales de la función de la Ética, se encuentran que el que sirve para distinguir la bondad o maldad de las acciones, que es una ciencia que forja al hombre, le indica cómo debe ser su conducta y por lo mismo estudia el acto humano; es una conciencia que contribuye a no degradar al hombre. Mientras que un mínimo de alumnos consideran que sirve para formarse profesionalmente.

4.- ¿Piensas que el Comunicador debe actuar conforme a principios éticos?

SI 54.28% NO ALGUNAS VECES 34.28% LA MAYORÍA DE LAS VECES 11.42%

¿Por qué? El 54.28% consideró que sí es necesario que el comunicador actúe éticamente con el fin de lograr una mayor credibilidad, respeto ante la sociedad, con el fin de buscar el bien común, y una mayoría (17.14%) señaló que con el fin de ser un verdadero profesional, así como para actuar bien con conciencia y honestidad. Por otro lado, el 34.28% que afirmó que sólo algunas veces, porque a veces hay que ver el bien particular, porque los medios o las circunstancias no lo permiten. Mientras que el 11.42% señaló que la mayoría de las veces puesto que es un deber, porque en ocasiones hay que faltar un poco y por la corrupción tanto de los medios como de los propios comunicadores.

5.- ¿Incluirías en el Plan de Estudios de tu carrera la materia: Ética Profesional del Comunicador?

SI 88.57% NO 8.57% No contestó 2.58%

Si tu respuesta es afirmativa, ¿en qué semestre lo harías y por qué? El 22.85% incluiría la asignatura en el primer semestre, con el fin de ser mejores desde el inicio, así como hacer habitual en la preparación académica y personal. Un 20% señaló que la incluirían en octavo semestre y un 14.28% en noveno semestre, ambos con el fin de salir bien preparados en este aspecto antes de salir y desempeñar una función laboral. Otro 14.28% prefiere incluirla en el tercer semestre con el objetivo de tener una secuencia de contenidos con la materia de Filosofía II, y un 11.42% la colocaría en el segundo semestre como cimiento en su preparación inicial.

6.- ¿Qué contenidos consideras se deberían proporcionar en la Licenciatura, con respecto a la Ética Profesional de la misma? (Elige todos los que te parezcan convenientes)

| CONTENIDOS | PORCENTAJE |
|---|------------|
| Secreto Profesional | 57.14% |
| La veracidad informativa | 71.42% |
| Respeto a la intimidad y derecho a informar | 51.42% |
| Libertad de expresión | 82.86% |

| CONTENIDOS | PORCENTAJE |
|--|------------|
| Influencia moral de los medios de comunicación | 51.42% |
| Códigos éticos del informador | 42.85% |
| Derecho y deber de informar | 74.28% |
| Respeto a la opinión pública | 68.57% |
| Justicia | 57.14% |
| Corrupción en los medios de comunicación | 57.14% |
| Confidencialidad de las fuentes | 42.85% |
| Manipulación | 62.85% |
| Códigos éticos de la publicidad | 45.71% |

Como se observa, los contenidos que mayor porcentaje obtuvieron fueron Libertad de expresión (82.86%) y Derecho y deber de informar (74.28%), los más bajos fueron Códigos éticos del informador (42.85%) y Confidencialidad de las fuentes (42.85%).

Menciona otros temas que no se presentaron y te parecen importantes: Entre los que no se repetían con los ya mencionados, están cómo influir en público, la Ética de los mensajes subliminales, la censura, la crítica profesional y el monopolio de las empresas comunicadoras (Televisa).

TERCER SEMESTRE

DATOS GENERALES:

FECHA DE APLICACIÓN: 23 de febrero de 1994

PORCENTAJE DE ALUMNOS ENTREVISTADOS: 88.88%, lo que permite afirmar que es la mayoría de los alumnos del respectivo semestre.

Sexo: *Femenino* 68.75% *Masculino* 31.25%

La población femenina es mayor que la masculina.

| | | | | |
|--------------|----------------|--------|----------------|-------|
| <u>Edad:</u> | <i>18 años</i> | 6.25% | <i>19 años</i> | 25% |
| | <i>20 años</i> | 31.25% | <i>21 años</i> | 25% |
| | <i>23 años</i> | 6.25% | <i>24 años</i> | 6.25% |

¿Trabajas en algún medio de comunicación social?

SI NO 100%

Esto permite conocer que no se tiene ningún contacto, por parte de los alumnos de este grupo, con algún medio de comunicación, lo que restringe su experiencia en este aspecto.

CUESTIONARIO DE OPINIÓN

1.- ¿Consideras que el Comunicador tiene influencia en la conducta de las personas?

SI 93.75% NO 6.25%

¿Por qué? El 6.25% de esta muestra considera que el comunicador no tiene ninguna influencia en la conducta de los receptores, pues afirma que cada quien actúa por un propio criterio. El 93.75% que señala que sí influye, lo afirma entre otras cuestiones por: tiene el poder de persuasión, los receptores no tienen criterios fijos y son fácilmente manipulables, el comunicador

es centro de atención, todos aspectos representan cada uno aproximadamente un 13.33% del 93.75% que consideró la influencia del comunicador, y en un 26.66% manifiestan que influye como líder de opinión.

2.- ¿Crees que es indispensable que el estudiante de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación curse materias con contenido Filosófico?

SI 100% NO

¿Por qué? Todos los encuestados consideran que sí es necesario que en su profesión se reciba una formación filosófica, entre otras razones para comprender a la sociedad, profundizar en el conocimiento, aprender a razonar, formar un criterio y para conocer al hombre.

3.- ¿Conoces lo que es la Ética?

SI 93.75% NO 6.25%

¿Qué es? Del 93.75% que especificó que sí conocía lo que era la Ética, un 20% no tiene claro el concepto, pero el 73.75% tiene conceptos característicos de esta ciencia, como lo es el acto moral, el bien y el mal, la moral, y un 13.33% de este grupo manejan el concepto de acto humano y bueno pero enfocado a la profesión.

¿Para qué sirve? Un 46.66% aproximadamente consideró que la Ética sirve para conocer y reforzar los valores, un 20% señala que para saber actuar y en una minoría para tener principios.

4.- ¿Piensas que el Comunicador debe actuar conforme a principios éticos?

SI 56.25% NO ALGUNAS VECES 31.25% LA MAYORÍA DE LAS VECES 12.5%

¿Por qué? El 56.25% consideró que sí es necesario que el comunicador actúe con relación a principios éticos, con el fin de transmitir y actuar con bien, buscar el beneficio de la sociedad, para conocer los valores y tomar con base en ellos una decisión, además de considerarlo un compromiso como profesional y buen comunicador. El 31.25% especificó que sólo algunas veces debido a que no siempre se alcanza la verdad absoluta y porque hay que ver los intereses

personales. Mientras que el 12.5% declaró que la mayoría de las veces para adquirir la mayor verdad posible y porque en ocasiones hay que elegir entre la Ética y el trabajo.

5.- ¿Incluirías en el Plan de Estudios de tu carrera la materia: Ética Profesional del Comunicador?

SI 93.75% NO 6.25%

Si tu respuesta es afirmativa, ¿en qué semestre lo harías y por qué? Un 33.33% incluiría la asignatura en los últimos semestres (8º y 9º) como preparación profunda antes de salir y para saber actuar, un 13.33% manifestó que la incluiría en los primeros semestres para establecer un compromiso inicial, y otro 13.33% la incluiría en el quinto semestre. Un 13.33% manifestó su opinión de incluir la materia en todos los semestres.

6.- ¿Qué contenidos consideras se deberían proporcionar en la Licenciatura, con respecto a la Ética Profesional de la misma? (Elige todos los que te parezcan convenientes)

| CONTENIDOS | PORCENTAJE |
|--|------------|
| Secreto Profesional | 43.75% |
| La veracidad informativa | 50% |
| Respeto a la intimidad y derecho a informar | 37.5% |
| Libertad de expresión | 87.5% |
| Influencia moral de los medios de comunicación | 81.25% |
| Códigos éticos del informador | 25% |
| Derecho y deber de informar | 87.5% |
| Respeto a la opinión pública | 81.25% |
| Justicia | 50% |
| Corrupción en los medios de comunicación | 43.75% |
| Confidencialidad de las fuentes | 31.25% |
| Manipulación | 56.25% |
| Códigos éticos de la publicidad | 62.5% |

Los contenidos que mayor porcentaje obtuvieron fueron Libertad de expresión (87.5%), y derecho y deber de informar (87.5%), los más bajos fueron Códigos éticos del informador (25%) y Confidencialidad de las fuentes (31.25%).

Menciona otros temas que no se presentaron y te parecen importantes: Deberes y obligaciones del receptor, concientización de los valores en los medios y psicología del comunicador.

CUARTO SEMESTRE

DATOS GENERALES:

FECHA DE APLICACIÓN: 23 de febrero de 1994

PORCENTAJE DE ALUMNOS ENTREVISTADOS: 100%, representando la totalidad de alumnos en este semestre.

Sexo: *Femenino* 74.19% *Masculino* 25.81%

Lo que permite observar una población femenina predominante sobre la masculina.

Edad: *18 años* 6.45% *19 años* 32.26%
 20 años 19.35% *21 años* 12.9%
 24 años 6.45% *No contestó* 12.9%

¿Trabajas en algún medio de comunicación social?

SI 12.9% NO 87.1%

Se observa que es una minoría de los estudiantes la que tiene contacto laboral en algún medio masivo.

CUESTIONARIO DE OPINIÓN

1.- ¿Consideras que el Comunicador tiene influencia en la conducta de las personas?

SI 96.77% NO 3.23%

¿Por qué? El 3.23% que manifestó que no, está representado por un alumno que indicó que el comunicador puede manipular pero no influye en la conducta, lo que indica su desconocimiento de que el hecho de manipular implica una influencia, lo que implica que de forma implícita sí considera una influencia de este profesional. El 96.77% de este grupo, especificó que sí influye en

el comportamiento de las personas, entre algunas de las razones principales que explicaron el por qué sí influye, aproximadamente un 16.66% considera que es porque el comunicador es un líder de opinión, y en un porcentaje igual señalaron que porque el informador posee un poder de persuasión, así como es capaz de convencer a su público. En porcentajes menores se puso de manifiesto que este profesional tiene el poder de manipulación, de producir un cambio en el pensamiento o en el criterio de su público y de conducir al receptor a una imitación de los datos y conductas que se transmiten por los medios.

2.- ¿Crees que es indispensable que el estudiante de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación curse materias con contenido Filosófico?

SI 74.19% NO 25.8%

¿Por qué? En este grupo se presentó un porcentaje elevado (25.8%) de personas que no creen que la Filosofía es una asignatura necesaria para esta carrera; en su mayoría porque opina que es una ciencia abstracta que no se puede aplicar en la realidad y no corresponde a esta licenciatura. El 74.19% restante consideró su necesidad con base en que es una ciencia que conduce a las personas a reflexionar más sobre sus pensamientos y sus actos, que como la ciencia de la sabiduría es el cimiento del conocimiento que conduce a la profundización en el mismo para conocer el por qué de cada cosa y saber actuar de acuerdo a una formación moral.

3.- ¿Conoces lo que es la Ética?

SI 93.55% NO 3.23% No contestó 3.23%

¿Qué es? Del 93.55% que consideró que sí conocía lo que es la ética, el 65.55% tiene nociones cercanas o exactas de lo que es, pues manejan conceptos como bondad o maldad, valores, que es parte de la Filosofía, que estudia la conducta humana o es la Moral, el 34.45% restante, aunque señaló que sí conocía lo que es, no tienen una noción correcta de ella, reduciéndola al aspecto laboral o de la profesión.

¿Para qué sirve? De acuerdo a los que señalaron que sí conocían el significado de esta ciencia, en su mayoría (34.48% aproximadamente), opinan que es útil para saber actuar y regular la conducta hacia el bien o hacia el mal, en porcentajes menores explicaron que sirve para

comprender el trabajo, ser honestos, tener cimientos, reflexionar sobre nuestro comportamiento, para adquirir responsabilidad y profesionalismo, para ser mejor, regir al hombre, destacar valores y respetarse a uno mismo y a los demás.

4.- ¿Piensas que el Comunicador debe actuar conforme a principios éticos?

SI 83.87% NO ALGUNAS VECES 3.25% LA MAYORÍA DE LAS VECES 9.68%
 No contestó 3.23%

¿Por qué? El 3.25% representado por un alumno, considero que sólo algunas veces se debe regir por principios éticos, porque no en todo se va actuar conforme a ellos. Por otro lado el 9.68% consideró que la mayoría de las veces porque depende de las circunstancias que se presenten dando lugar a un relativismo de la situación, además de que hay que ser objetivos en la realidad. Mientras que el 83.87% que respondió que sí, opina que el comunicador debe guiarse por principios éticos para defender la verdad (aproximadamente un 30.76%), además para cumplir responsablemente con la función social que se le encomienda, para ser un buen profesional y realizar actos buenos y honestos.

5.- ¿Incluirías en el Plan de Estudios de tu carrera la materia: Ética Profesional del Comunicador?

SI 100% NO

Si tu respuesta es afirmativa, ¿en qué semestre lo harías y por qué? El 41.93% opina que se debe programar esta asignatura para los últimos semestres (7º, 8º y 9º), pues consideran que es importante que sea en durante estos semestres para recibir una preparación adecuada antes de terminar la carrera y saber actuar en el medio laboral.

En menor porcentaje (22.58%) considera que se debe cursar durante los primeros semestres, en especial el primero, para recibir una base sólida desde el inicio de la profesión, y en un porcentaje igual al anterior la incluirían en el quinto semestre, debido a que es la mitad de la carrera y ya se tienen los conocimientos base de la licenciatura y sería adecuado introducir esta materia.

El resto del porcentaje se reparte entre los demás semestres, con excepción de una persona que manifestó que se debería cursar en todos los semestres.

6.- ¿Qué contenidos consideras se deberían proporcionar en la Licenciatura, con respecto a la Ética Profesional de la misma? (Elige todos los que te parezcan convenientes)

| CONTENIDOS | PORCENTAJE |
|--|------------|
| Secreto Profesional | 48.39% |
| La veracidad informativa | 74.19% |
| Respeto a la intimidad y derecho a informar | 64.52% |
| Libertad de expresión | 83.87% |
| Influencia moral de los medios de comunicación | 51.61% |
| Códigos éticos del informador | 67.74% |
| Derecho y deber de informar | 58.06% |
| Respeto a la opinión pública | 54.84% |
| Justicia | 41.94% |
| Corrupción en los medios de comunicación | 77.42% |
| Confidencialidad de las fuentes | 22.58% |
| Manipulación | 77.42% |
| Códigos éticos de la publicidad | 70.97% |

Como se observa, los contenidos que mayor porcentaje obtuvieron fueron Libertad de expresión (83.87%), Corrupción en los medios de comunicación (77.42%) y Manipulación (77.42%), los más bajos fueron Justicia (41.94%) y Confidencialidad de las fuentes (22.58%).

Menciona otros temas que no se presentaron y te parecen importantes: Elitismo en los medios, humanización y medios, mensajes no sugestivos, psicología social, responsabilidad.

QUINTO SEMESTRE

DATOS GENERALES:

FECHA DE APLICACIÓN: 22 de febrero de 1994

PORCENTAJE DE ALUMNOS ENTREVISTADOS: 75%, representando a más de la mitad de los alumnos del quinto semestre.

Sexo: *Femenino* 86.66% *Masculino* 13.33%

Lo que permite observar una población femenina predominante sobre la masculina.

Edad: *20 años* 20% *21 años* 46.66%
 22 años 26.66% *25 años* 6.66%

¿Trabajas en algún medio de comunicación social?

SI 26.66% NO 73.33%

Se observa que es menor el porcentaje de personas que sí laboran en algún medio, lo que permite señalar que la mayoría no tiene experiencia directa con los medios.

CUESTIONARIO DE OPINIÓN

1.- ¿Consideras que el Comunicador tiene influencia en la conducta de las personas?

SI 100% NO

¿Por qué? El 100% de esta muestra considera que el comunicador sí influye en la conducta de las personas, entre las opiniones por el que así lo consideran destacan el hecho de que el comunicador es un líder de opinión y por lo mismo tiene el poder de influir, también porque posee

los medios adecuados para hacerlo, porque es un agente que tiene facilidad de persuadir, de manipular y además porque el receptor tiende a imitar su conducta.

2.- ¿Crees que es indispensable que el estudiante de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación curse materias con contenido Filosófico?

SI 100% NO

¿Por qué? El total de esta muestra consideró que sí es necesaria una formación filosófica en esta carrera, el por qué de su opinión es muy variada, la mayoría (40%) opina que se necesita para aprender a reflexionar, a razonar sobre los conocimientos y los actos, el resto de los encuestados opinan que para recibir una buena formación, para saber enfrentar situaciones, conocer el mundo, analizar el por qué de los hechos y las cosas, conocer el pensamiento humano, para no manipular y para actuar bien. Se destaca una contestación que expresó que era indispensable cursar materias filosóficas ya que el hombre está ligado a la Filosofía y sin ella ni él mismo ni su formación serían integrales.

3.- ¿Conoces lo que es la Ética?

SI 100% NO

¿Qué es? Del total del grupo que contestó que sí conocían lo que es esta ciencia, sólo el 13.33% reduce su campo de estudio al nivel profesional, mientras que el 86.67% restante manejan conceptos relacionados a la definición correcta de esta ciencia, como bondad y maldad, rama Filosófica, estudio del comportamiento humano, o moral.

¿Para qué sirve? En relación a su función, se presentaron distintas posturas, la que mayor porcentaje obtuvo (20%) fue que sirve para discernir entre la bondad o maldad de nuestros actos, otras de las ideas expuestas es que sirve para crear conciencia, ser justos, defender valores, conocer los actos humanos, regir la vida, ser crítico y mejorar como ser humano.

4.- ¿Piensas que el Comunicador debe actuar conforme a principios éticos?

SI 60% NO ALGUNAS VECES 13.33% LA MAYORÍA DE LAS VECES 26.66%

¿Por qué? El 60% que respondió que sí, opina que la actuación del comunicador debe guiarse bajo principios éticos, por variadas razones entre las que destacan el hecho de realizar un buen trabajo, ser honestos, obtener prestigio, por compromiso con la sociedad, para crear confianza, justificar sus actos y para ser auténticos. Las personas que opinaron que sólo algunas veces (13.33%) creen que para no enajenar a su público, mientras que el 26.66% restante que manifestó que la mayoría de las veces, fundamentan su respuesta al considerar que es por responsabilidad profesional, para no corromper el ambiente y porque la situación o medio en que labora no se lo permite.

5.- ¿Incluirías en el Plan de Estudios de tu carrera la materia: Ética Profesional del Comunicador?

SI 100% NO

Si tu respuesta es afirmativa, ¿en qué semestre lo harías y por qué? En este grupo, las opiniones están inclinadas a considerar que esta asignatura debe incluirse en los últimos semestres (66.66%), y en menor porcentaje en los primeros o repartidos en los demás semestres. Una persona manifestó que debe incluirse en todos los semestres aplicada en cada asignatura.

6.- ¿Qué contenidos consideras se deberían proporcionar en la Licenciatura, con respecto a la Ética Profesional de la misma? (Elige todos los que te parezcan convenientes)

| CONTENIDOS | PORCENTAJE |
|--|------------|
| Secreto Profesional | 53.33% |
| La veracidad informativa | 66.67% |
| Respeto a la intimidad y derecho a informar | 60% |
| Libertad de expresión | 80% |
| Influencia moral de los medios de comunicación | 60% |
| Códigos éticos del informador | 66.66% |

| CONTENIDOS | PORCENTAJE |
|--|------------|
| Derecho y deber de informar | 66.66% |
| Respeto a la opinión pública | 60% |
| Justicia | 26.66% |
| Corrupción en los medios de comunicación | 80% |
| Confidencialidad de las fuentes | 40% |
| Manipulación | 53.33% |
| Códigos éticos de la publicidad | 73.33% |

Como se observa, los contenidos que mayor porcentaje obtuvieron fueron Libertad de expresión (80%), Corrupción en los medios de comunicación (80%), los más bajos fueron Justicia (26.66%) y Confidencialidad de las fuentes (40%).

Menciona otros temas que no se presentaron y te parecen importantes: Integridad moral, Corrupción del comunicador.

SEXTO SEMESTRE

DATOS GENERALES:

FECHA DE APLICACIÓN: 22 de febrero de 1994

PORCENTAJE DE ALUMNOS ENTREVISTADOS: 86.66%, porcentaje que representa la mayoría de los estudiantes del semestre en cuestión.

Sexo: *Femenino* 84.62% *Masculino* 15.38%

Lo que permite observar una población femenina superior en número que la masculina.

Edad: *20 años* 61.53% *21 años* 15.38%
 22 años 11.54% *23 años* 3.85%
 24 años 3.85% *No contestó* 3.85%

¿Trabajas en algún medio de comunicación social?

SI 30.77% NO 69.23%

En este grupo, aunque es menor el porcentaje de personas que sí trabajan algún medio, es de los grupos que mayor número de personas trabajan en un medio de comunicación, lo que enriquece al grupo en cuanto experiencia directa de su función.

CUESTIONARIO DE OPINIÓN

1.- ¿Consideras que el Comunicador tiene influencia en la conducta de las personas?

SI 96.15% NO 3.85%

¿Por qué? El 3.85% que señaló que no, especificó que porque cada quien persuade hasta donde el receptor lo permite. Mientras que el 96.15% que opinó que sí influye, explicó que era así por distintas razones, entre las que destacan en un 20% aproximadamente debido a que el

comunicador tiene el poder de manipular a su público, en menores porcentajes se manifestaron las ideas de que el comunicador es un guía, un líder de opinión y por lo mismo tiene poder de influir en el público, otras ideas fueron que este profesional tiene la facilidad de influir al persuadir a su receptor, modificar su criterio o ideología, así como también se puede producir una imitación por parte del receptor de los informadores o personajes de los medios.

2.- ¿Crees que es indispensable que el estudiante de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación curse materias con contenido Filosófico?

SI 96.15% NO 3.85%

¿Por qué? Sólo uno de los entrevistados (3.85%) opina que la Filosofía no es necesaria, pues considera que cada quien tiene que crear su teoría, favoreciendo de este modo el permisivismo filosófico. El 96.15% que afirmó que sí era necesario, estimo entre otras razones, que era indispensable para conocer la realidad (16%) y para conocer y tratar al hombre (16%), en menor frecuencia se especificó que sirve para formar criterios, crear una Filosofía propia, aprender a pensar, razonar y reflexionar, para obtener un conocimiento profundo, cimentar valores, regirse en ella, por cultura general y porque de la Filosofía todo el conocimiento se desprende.

3.- ¿Conoces lo que es la Ética?

SI 92.31% NO 7.69%

¿Qué es? Del 92.31% que respondió que sí, aproximadamente el 66.66% maneja conceptos relacionados con esta ciencia, como lo son el bien y el mal, la moral, los principios, normas de conducta, la conciencia o que es una rama filosófica, sin embargo en este grupo existe un 31.25% que tiende a personalizar el campo de acción de la Ética; el porcentaje restante no tienen ideas claras de lo que es la Ética, a pesar de que respondieron que sí lo sabían, ya que lo relacionan con la carrera o la Axiología.

¿Para qué sirve? Aproximadamente un 33.33% contestó que la ética sirve para diferenciar entre el bien y el mal de una acción o hecho; otras ideas expuestas fueron que sirve para tener criterio, mantener una armonía consigo mismo y con los demás, evitar la corrupción, respetar, por honestidad y profesionalismo.

4.- ¿Pensas que el Comunicador debe actuar conforme a principios éticos?

SI 69.23% NO ALGUNAS VECES 15.38% LA MAYORÍA DE LAS VECES 11.54%
NO CONTESTÓ 3.58%

¿Por qué? La persona que no contestó (3.58%), manifestó su inquietud sobre el hecho de que el comunicador puede actuar bajo principios éticos, pero que en la realidad esto no sucede, entonces qué se debe hacer. El 15.30% que respondió que sólo algunas veces, considera que debe ser así para sobrepasar algunas barreras, porque cada quien debe actuar como le parezca, porque en la práctica no es así y porque en ocasiones es necesario ser éticos pero no en todo. Mientras que quienes respondieron que la mayoría de las veces (11.54%) afirmaron que porque había que actuar con honestidad, por responsabilidad social y para desempeñar la función encomendada bien, lo que permite concluir por sus respuestas, que tienden a decir que sí se debe actuar conforme a principios éticos. Por último aquellos que declararon su conformidad a los principios éticos en la función profesional del comunicador, aseveraron entre otros motivos que era necesario para conocer la verdad de la realidad, actuar bien, plantearse un límite, ser justos, no destruir la dignidad del hombre, conservar su integridad, y en un 27.77% de este grupo aclaró que el comunicador como líder de opinión tiene el compromiso y la responsabilidad de dar ejemplo a los receptores.

5.- ¿Incluirías en el Plan de Estudios de tu carrera la materia: Ética Profesional del Comunicador?

SI 100% NO

Si tu respuesta es afirmativa, ¿en qué semestre lo harías y por qué? El 46.15% aproximadamente introduciría la asignatura en los primeros semestres (1º y 2º) para recibir los fundamentos que ayudarán en la carrera y porque es más fácil ser moldeados en los estos semestres; mientras que el 42.30% lo haría en los últimos semestres (8º y 9º) para adquirir la preparación y responsabilidad necesaria para desempeñarse con profesionalismo. El resto del grupo la incluiría en los otros semestres sin alguna preferencia.

6.- ¿Qué contenidos consideras se deberían proporcionar en la Licenciatura, con respecto a la Ética Profesional de la misma? (Elige todos los que te parezcan convenientes)

| CONTENIDOS | PORCENTAJE |
|--|------------|
| Secreto Profesional | 69.23% |
| La veracidad informativa | 84.62% |
| Respeto a la intimidad y derecho a informar | 80.77% |
| Libertad de expresión | 80.77% |
| Influencia moral de los medios de comunicación | 53.85% |
| Códigos éticos del informador | 65.38% |
| Derecho y deber de informar | 76.96% |
| Respeto a la opinión pública | 65.54% |
| Justicia | 69.23% |
| Corrupción en los medios de comunicación | 57.69% |
| Confidencialidad de las fuentes | 57.69% |
| Manipulación | 57.69% |
| Códigos éticos de la publicidad | 73.1% |

Como se observa, los contenidos que mayor porcentaje obtuvieron fueron la Veracidad informativa (84.62), Respeto a la intimidad y derecho a informar (80.77) y Libertad de expresión (80.77%), Corrupción en los medios de comunicación (80%), el más bajo fue Influencia moral de los medios de comunicación (53.85%).

Menciona otros temas que no se presentaron y te parecen importantes: Marco legal ético, la censura y límites en la televisión, manipulación publicitaria e importancia del comunicador en los medios.

OCTAVO SEMESTRE

DATOS GENERALES:

FECHA DE APLICACIÓN: 28 de febrero de 1994

PORCENTAJE DE ALUMNOS ENTREVISTADOS: 53.33%, que representa un poco más de la mitad de alumnos de este semestre.

| | | | | |
|--------------|-----------------|-------|------------------|-------|
| <u>Sexo:</u> | <i>Femenino</i> | 87.5% | <i>Masculino</i> | 12.5% |
|--------------|-----------------|-------|------------------|-------|

Lo que permite observar una población femenina predominante sobre la masculina.

| | | | | |
|--------------|----------------|-------|----------------|-------|
| <u>Edad:</u> | <i>20 años</i> | 12.5% | <i>22 años</i> | 62.5% |
| | <i>23 años</i> | 12.5% | <i>34 años</i> | 12.5% |

¿Trabajas en algún medio de comunicación social?

SI 37.5% NO 62.5%

El 37.5% que afirmó que sí labora en un medio de comunicación social, aunque es un número menor a la mitad del grupo, es un porcentaje elevado en comparación con otros grupos.

CUESTIONARIO DE OPINIÓN

1.- ¿Consideras que el Comunicador tiene influencia en la conducta de las personas?

SI 100% NO

¿Por qué? El 100% expresa que la función del comunicador sí influye en la conducta, porque tiene un poder persuasivo (37.5%), es líder de opinión (25%) y porque modifica el pensamiento de los receptores (25%).

2.- ¿Crees que es indispensable que el estudiante de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación curse materias con contenido Filosófico?

SI 100% NO

¿Por qué? La totalidad de los encuestados en esta pregunta afirmaron que sí se debe recibir una formación filosófica como parte de su formación, entre otras razones porque ayuda a adquirir una visión o un criterio profundo (25%), para tener una postura realista (25%), conocer el mundo, formar una ideología, enriquecer el conocimiento, guiar la conducta humana.

3.- ¿Conoces lo que es la Ética?

SI 100% NO

¿Qué es? En general todos tienen un idea somera de lo que es la Ética, sin embargo el 25% aproximadamente la reduce a un nivel profesional, los demás explican que es una ciencia que estudia los valores, es parte de la Filosofía, comprende los valores morales, y defiende la dignidad del hombre.

¿Para qué sirve? El 37.5% considera que sirve para defender y adquirir valores moral, los demás piensan que sirve para reforzar valores profesionales, para proceder conforme al bien, sentirse bien y para regir los actos humanos.

4.- ¿Piensas que el Comunicador debe actuar conforme a principios éticos?

SI 100% NO ALGUNAS VECES LA MAYORÍA DE LAS VECES

¿Por qué? Todos los alumnos encuestados de este grupo, declararon que el comunicador sí debe actuar con base en principios éticos, pero varían sus posturas: por lealtad, para tener buenos cimientos, por riqueza individual, para ser justos, como superación, por honestidad, por se la base de los actos humanos.

5.- ¿Incluirías en el Plan de Estudios de tu carrera la materia: Ética Profesional del Comunicador?

SI 62.5% NO 37.5%

Si tu respuesta es afirmativa, ¿en qué semestre lo harías y por qué? Las personas que respondieron negativamente (37.5%) justificaron su contestación al declarar que la ética no es

una materia que sea independiente, sino que debe influir en todas las asignaturas de la carrera, además que no sólo debe ser durante la formación profesional, sino durante toda la vida y en todos los años de estudio. Los demás que consideraron que sí es necesaria cursar, contestaron proporcionalmente indicando que en los primeros o en los últimos semestres.

6.- ¿Qué contenidos consideras se deberían proporcionar en la Licenciatura, con respecto a la Ética Profesional de la misma? (Elige todos los que te parezcan convenientes)

Dos personas no señalaron ningún contenido, representando un 25% del total grupal.

| CONTENIDOS | PORCENTAJE |
|--|------------|
| Secreto Profesional | 37.5% |
| La veracidad informativa | 62.5% |
| Respeto a la intimidad y derecho a informar | 75% |
| Libertad de expresión | 75% |
| Influencia moral de los medios de comunicación | 25% |
| Códigos éticos del informador | 50% |
| Derecho y deber de informar | 37.5% |
| Respeto a la opinión pública | 37.5% |
| Justicia | 37.5% |
| Corrupción en los medios de comunicación | 37.5% |
| Confidencialidad de las fuentes | 12.5% |
| Manipulación | 37.5% |
| Códigos éticos de la publicidad | 25% |

Como se observa, los contenidos que mayor porcentaje obtuvieron fueron Respeto a la intimidad y Derecho y deber a informar (75%) y Libertad de expresión (75%), los más bajos fueron Influencia moral de los medios de comunicación (25%), Confidencialidad de las fuentes (12.5%) y Códigos éticos de la publicidad (12.5%).

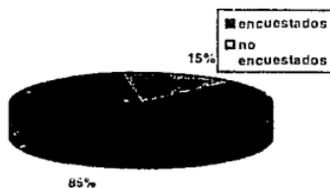
Menciona otros temas que no se presentaron y te parecen importantes: No especificaron ninguno.

CONCENTRADO DE LOS SEMESTRES

DATOS GENERALES:

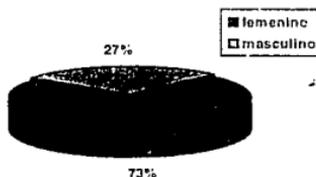
FECHAS DE APLICACIÓN: 22, 23 y 28 de febrero de 1994

PORCENTAJE DE ALUMNOS ENTREVISTADOS: 85%, lo que permite observar que fue la mayoría de todos los estudiantes de esta Licenciatura de la Universidad del Valle de Orizaba.



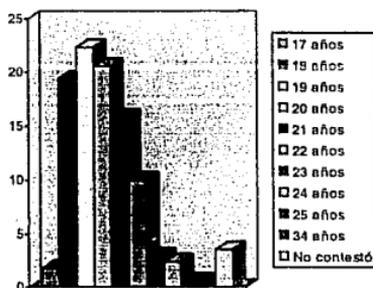
Sexo: *Femenino* 72.94% *Masculino* 27.05%

Se deduce por lo tanto, que en la Licenciatura la población femenina es predominante sobre la masculina.



Edad:

| | | | |
|-------------|--------|---------|--------|
| 17 años | 1.76% | 18 años | 19.41% |
| 19 años | 22.35% | 20 años | 20.59% |
| 21 años | 15.88% | 22 años | 10% |
| 23 años | 2.94% | 24 años | 2.35% |
| 25 años | 0.59% | 34 años | 0.59% |
| No contestó | | 3.53% | |



La media de edad de toda la carrera es de 19.98, por lo que se observa que en general los alumnos son jóvenes capaces de recibir contenidos al nivel que su edad promedio les facilita adquirir y fijar como aprendizajes significativos.

¿Trabajas en algún medio de comunicación social?

SI 15.88% NO 84.12%

Es evidente el hecho de que es un porcentaje bajo el de personas que están relacionadas directamente con los medios de comunicación, por lo mismo son pocos los que pueden aportar sus conocimientos concretos en el desempeño de su función profesional y por lo mismo de su experiencia en el ámbito ético que se vive en la realidad de estos medios.

CUESTIONARIO DE OPINIÓN

1.- ¿Consideras que el Comunicador tiene influencia en la conducta de las personas?

SI 98.24% NO 1.76%

¿Por qué? Las personas que respondieron que no y representan el 1.76%, no tienen claro el concepto de influencia, ya que ellos mismos se contradicen en su fundamentación del por qué no lo consideran así. Del 98.24% que declara que sí existe una influencia entre el comunicador y sus receptores, en cuanto la modificación conductual de éstos últimos, lo hacen afirmando con distintos supuestos, entre los que en general se señalaron el hecho de que el comunicador es un líder de opinión, tiene el poder de manipulación, persuasión; posee los medios idóneos para tal fin, así como también porque los receptores no tienen criterios propios por lo que tienden a imitar al comunicador y todo lo que transmite.

2.- ¿Crees que es indispensable que el estudiante de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación curse materias con contenido Filosófico?

SI 87.65% NO 10% No contestó 2.35%

¿Por qué? El 10% que negó la necesidad de recibir una formación filosófica, fundamenta su respuesta al afirmar que la Filosofía no es práctica y por lo mismo no es útil, y que no guarda

ningún tipo de relación con la comunicación o con la carrera. Mientras que el 87.65% que expone que sí es indispensable el que se cursen materias filosóficas, basa su afirmación al manifestar que esta ciencia y todas sus ramas contribuyen para que el estudiante aprenda a analizar, razonar y reflexionar sobre el por qué de las cosas y de los hechos humanos; para que el alumno conozca y entienda al ser humano y a la sociedad en la que se desarrolla; con el fin de formar un criterio propio, profundizar en el conocimiento y pensamiento humano, así como conocer y afrontar la realidad que la Filosofía permite descubrir.

3.- ¿Conoces lo que es la Ética?

SI 92.94% NO 6.47% No contestó 0.59%

¿Qué es? El 92.94% afirmó conocer lo que es esta ciencia filosófica, sin embargo, aproximadamente un 20 o 25% del mismo, no tienen una idea clara y correcta de lo que comprende esta ciencia, tendiendo a reducirla a un nivel personal, profesional o laboral, así como a limitar a la ética al campo meramente axiológico o de los valores. El resto de las personas tienen ideas acerca de lo que es esta ciencia, no con plena exactitud, pero sí con conocimiento de conceptos acordes a esta rama de la Filosofía, como que estudia los actos o comportamiento humano, es una parte de la Filosofía, es la moral, estudia la bondad o maldad de los actos que realiza el hombre.

¿Para qué sirve? Entre las ideas principales y básicas que manejaron todos los estudiantes destacan el que la ética sirva como guía de los actos, ayuda a discernir y conocer el bien o el mal, y por lo mismo regula la conducta e indica cómo se debe actuar; lleva al hombre a reflexionar sobre sí mismo y los demás, lo que ayuda a conocer al hombre; proporciona los principios que van a forjar al ser humano y apoya en el conocimiento y reforzamiento de los valores.

4.- ¿Piensas que el Comunicador debe actuar conforme a principios éticos?

SI 63.53% NO 1.18% ALGUNAS VECES. 20.59%

LA MAYORÍA DE LAS VECES 13.53%

Por qué? Con relación a los estudiantes que dijeron que sí es necesario que el comunicador guíe su actuación con base en principios éticos (63.53%), destacan, entre otros motivos, el que debe

ser de esta forma, pues el comunicador tiene un compromiso y una responsabilidad para con la sociedad a la que sirven; también porque de esta forma el comunicador puede llegar a ser buen profesional y dar con ello ejemplo de su competencia como tal; porque contribuye de esta forma a defender y conocer a la verdad, y porque estos principios contribuyen a que se desarrolle de forma honesta y justa. Es preciso aclarar al respecto, que este grupo representa el mayor porcentaje y más de la mitad de alumnos, concluyendo con esto, que en general los alumnos sí creen en la necesidad de estos principios en la actuación profesional. El 1.18% que manifestó que no había necesidad de regirse bajo estos principios, básicamente lo fundamenta al señalar que la Ética tiende a exagerar, lo cual impide la libertad y plena realización humana.

Los estudiantes que declararon que sólo algunas veces se debe actuar conforme a principios éticos (20.59%), sostienen en general su respuesta al considerar que el comunicador debe cuidar también de sus intereses o bienes personales, además de que en ocasiones las circunstancias en las que se desempeña profesionalmente no facilitan la aplicación de dichos principios.

Por último, el 13.53% del total de los estudiantes encuestados de la Licenciatura, afirman que este profesionista debe actuar la mayoría de las veces conforme a principios éticos, debido entre otras razones, a que se pueden dar algunas excepciones, en ocasiones hay que elegir entre la Ética y el trabajo y principalmente porque se dan una serie de circunstancias y situaciones en las que el comunicador no puede actuar éticamente porque no se lo permite el medio en el que está laborando.

5.- ¿Incluirías en el Plan de Estudios de tu carrera la materia: Ética Profesional del Comunicador?

SI 92.35%

NO 6.47%

No contestó 1.18%

Si tu respuesta es afirmativa, ¿en qué semestre lo harías y por qué? El porcentaje que considera que sí es necesario introducir esta asignatura en su carrera profesional, es evidentemente mayor al que señaló que no, lo que revela que los estudiantes sí piensan que es necesaria, por varias razones, como parte de su formación integral. Se puede afirmar que existe una proporción equilibrada entre las personas que señalan que debe introducirse la asignatura en los primeros semestres, con los estudiantes que señalan que debe ser en los últimos, sin embargo existe una inclinación a especificar que debe ser en los últimos semestres (8º y 9º), ya que al ser los últimos

semestres de su preparación profesional, son el último paso para su desempeño en el campo laboral, y por lo mismo tendrían más recientes y claros los fundamentos y principios éticos para actuar de acuerdo a ellos.

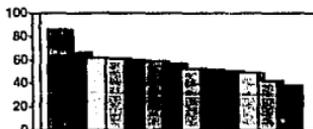
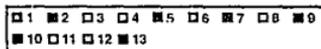
6.- ¿Qué contenidos consideras se deberían proporcionar en la Licenciatura, con respecto a la Ética Profesional de la misma? (Elige todos los que te parezcan convenientes)

Dos personas no señalaron ningún contenido, representando el 1.18% total de los semestres.

| CONTENIDOS | PORCENTAJE |
|--|------------|
| Secreto Profesional | 51.18% |
| La veracidad informativa | 66.47% |
| Respeto a la intimidad y derecho a informar | 58.82% |
| Libertad de expresión | 85.88% |
| Influencia moral de los medios de comunicación | 50.59% |
| Códigos éticos del informador | 42.35% |
| Derecho y deber de informar | 61.18% |
| Respeto a la opinión pública | 61.76% |
| Justicia | 49.41% |
| Corrupción en los medios de comunicación | 59.41% |
| Confidencialidad de las fuentes | 38.24% |
| Manipulación | 52.94% |
| Códigos éticos de la publicidad | 57.06% |

De acuerdo a los porcentajes obtenidos para cada contenido, se puede establecer la siguiente jerarquía:

| CONTENIDOS | PORCENTAJE |
|--|------------|
| 1. Libertad de expresión | 85.88% |
| 2. La veracidad informativa | 66.47% |
| 3. Respeto a la opinión pública | 61.76% |
| 4. Derecho y deber de informar | 61.18% |
| 5. Corrupción en los medios de comunicación | 59.41% |
| 6. Respeto a la intimidad y derecho a informar | 58.82% |
| 7. Códigos éticos de la publicidad | 57.06% |
| 8. Manipulación | 52.94% |
| 9. Secreto Profesional | 51.18% |
| 10. Influencia moral de los medios de comunicación | 50.59% |
| 11. Justicia | 49.41% |
| 12. Códigos éticos del informador | 42.35% |
| 13. Confidencialidad de las fuentes | 38.24% |



Menciona otros temas que no se presentaron y te parecen importantes

Los temas que citaron de forma adicional y distinta a los expuestos son:

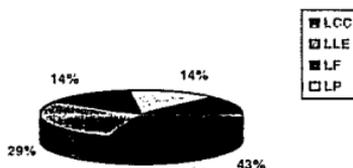
- Perjuicios de una Ética exagerada
- Ética de los mensajes subliminales
- La censura en los medios
- Crítica profesional
- Monopolio en los medios de comunicación: Televisa
- Deberes y obligaciones del receptor
- Concientización de los valores en los medios
- Psicología del comunicador
- Elitismo en los medios
- Humanización y medios de comunicación
- Responsabilidad
- Integridad moral
- Corrupción del comunicador

Questionario Profesores

Los resultados obtenidos del cuestionario aplicado a siete profesores que imparten distintas asignaturas de la Licenciatura, fueron:

DATOS GENERALES:

| PROFESIÓN | PORCENTAJE |
|---|------------|
| Licenciado en Ciencias de la Comunicación | 42.85% |
| Licenciado en Letras Españolas | 28.57% |
| Licenciado en Filosofía | 14.28% |
| Licenciado en Pedagogía | 14.28% |



Se observa que predomina la Licenciatura de la profesión en cuestión, es decir Licenciado en Ciencias de la Comunicación, lo que implica que el profesor tiene un conocimiento directo de los contenidos que se cursan en la carrera. Es relevante señalar, que todas las profesiones mencionadas son Licenciaturas humanísticas, reforzando el hecho de que la carrera que se está estudiando es fundamentalmente humanística, dando a entender con ello que requiere de una formación basada en ciencias que repercuten en su preparación humana.

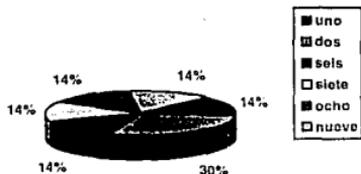
ASIGNATURAS QUE IMPARTEN EN LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Entre las distintas materias que conforman esta carrera, los profesores encuestados imparten las siguientes:

- * Lenguaje
- * Literatura Universal
- * Literatura Mexicana
- * Sociología
- * Filosofía I y II
- * Géneros Periodísticos
- * Semiótica I y II
- * Historia de la Educación en México
- * Problemas Económicos de México
- * Seminario de Titulación
- * Medios Impresos
- * Investigación en la Comunicación
- * Medios de Comunicación Nacionales

¿Cuántos semestres tiene impartiendo clases en esta Licenciatura en la Universidad del Valle de Orizaba?

| SEMESTRES | PORCENTAJE |
|-----------|------------|
| Uno | 14.28% |
| Dos | 28.57% |
| Seis | 14.28% |
| Siete | 14.28% |
| Ocho | 14.28% |
| Nueve | 14.28% |



¿Conoce el Plan de Estudios de la carrera?

SI 85.71% NO MÁS O MENOS 14.28%

CUESTIONARIO DE OPINIÓN

1.- ¿Cree ud. que es indispensable que el estudiante de esta Licenciatura curse materias de contenido Filosófico?

SI 100% NO

¿Por qué? En general las respuestas se inclinaron a afirmar que es necesaria una preparación Filosófica debido a que es parte esencial de su formación humanística y porque además el hombre es el sujeto de su trabajo y por lo mismo requiere conocerlo para saber tratarlo.

2.- ¿Piensa ud. que el comunicador debe actuar conforme a principios éticos?

SI 100% NO

¿Por qué? En este aspecto varían las opiniones, que señalan que es necesario regirse con principios éticos para conocerse y conocer a los demás; porque su materia prima es el hombre; debido a que sino es así sólo se manipula y perjudica a la sociedad; porque como profesional debe regirse por estos principios; porque al ser formador, intérprete y crítico debe ser veraz y

digno; y porque esos principios que se aprenden en la familia, deben practicarse en todo momento de la vida profesional.

3.- ¿Incluiría en el Plan de Estudios de la Licenciatura la materia: Ética Profesional del comunicador?

SI 100% NO

Si su respuesta es afirmativa, ¿en qué semestre lo haría y por qué?

El 71.42% declaró que introduciría la asignatura en los últimos semestres o en el noveno, con el fin de tenerlo presente en la actividad profesional, como plataforma para el futuro profesionista y porque en estos semestres los alumnos ya tiene mayor responsabilidad y poseen los principales contenidos teóricos y técnicos de su profesión. Por su parte, un profesor señaló (14.28%) que lo haría en el primer semestre, y otro profesor en el cuarto semestre (14.28%) para relacionarla con otras asignaturas y porque además aquí eligen área.

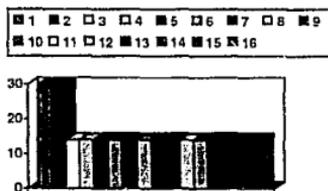
4.- ¿Qué contenidos incluiría en dicha materia?

Entre los contenidos mencionados por los profesores que se deberían incluir en esta asignatura, sólo dos presentaron un 28.67%, y fueron 1. Libertad de expresión y 2. Códigos éticos de la publicidad.

Los demás contenidos sólo se mencionaron una vez, por lo que cada uno representa un 14.28% del total, y son:

3. Valores humanos
4. Respeto a la persona
5. Libertad
6. Solidaridad
7. Manipulación
8. Medios de comunicación y Ética

9. Veracidad Informativa
10. Objetividad
11. Respeto a la opinión pública
12. Medios formadores de opinión
13. Secreto Profesional
14. Amarillismo
15. Confidencialidad
16. Función social de los medios



IV.5 Análisis e Interpretación general

Los resultados arrojados a través de la aplicación de las encuestas, permiten concluir en primer lugar, que sí existe una deficiencia en la formación moral de los estudiantes de comunicación, necesidad detectada tanto por los maestros como por los alumnos de esta Licenciatura en la Universidad del Valle de Orizaba, manifiesta en las respuestas que estas personas realizaron a las distintas preguntas.

La mayor parte de la población estudiantil encuestada no tiene un contacto directo laboral con los medios de comunicación social, lo que refleja una falta de experiencia en situaciones de trabajo que presenten problemas concretos y específicos de Ética en la comunicación; hecho que permite deducir que hay una carencia en casos vivenciales de este tipo de dificultades, que sin embargo a través de casos prácticos ya elaborados se puede solventar.

Tanto los profesores como los alumnos, al considerar que el comunicador sí tiene una influencia en la conducta del público receptor, están aceptando explícita o implícitamente, que requieren de un conocimiento del hombre como sujeto miembro de dicho público, y por lo mismo necesitan fundamentos filosóficos y psicológicos, que permitan a este profesional, contar con las nociones básicas de cómo es el comportamiento humano y cuál es la forma de influir en el receptor, evitando cualquier forma de manipulación o falta de respeto a su integridad y dignidad humanas; nociones que sólo la Filosofía a través de la Ética puede otorgar en colaboración con los datos que la Psicología aporte al respecto.

El hecho de que un porcentaje mayor de alumnos, y la totalidad de los profesores consideren indispensable recibir una formación filosófica (en la que va inmersa la Ética) durante los estudios académicos de esta profesión; refleja la conciencia que existe en los miembros de la Licenciatura de esta Universidad de que el hombre es materia prima de su función social y por lo mismo requiere un conocimiento real, objetivo y profundo del mismo, datos que sólo la Filosofía puede aportar; y no sólo del hombre como un individuo aislado, sino como miembro de una sociedad, a la cual también es necesario tomar en cuenta desde un enfoque filosófico; perspectiva que cubrirá la inquietud que tiene el hombre, el profesionista y el propio comunicador de reflexionar sobre el hombre y la sociedad en la que se desarrolla.

Por medio de los resultados obtenidos en la pregunta sobre el conocimiento de lo que es la Ética y para que sirve; se percibió que los estudiantes tienen una noción muy somera de lo que significa esta ciencia para la vida y la acción humana, pues aunque sí tienen algunas nociones de lo que implica la Ética, fue un porcentaje bajo el que especificó de forma concreta y correcta lo que es y para que sirve; mientras que la mayoría requieren de un mayor estudio y profundización de esta ciencia, pues presentan conocimientos equivocados o reducidos de la misma; además que no saben delimitar el campo de su utilidad. Sin embargo es un buen punto de partida el que ya tengan nociones básicas de lo que sustenta esta ciencia, para partir de sus conocimientos hacia una mayor profundización.

Es interesante observar, a través de la pregunta sobre la actuación con base en principios éticos, la influencia de las ideologías actuales en los jóvenes; ya que aunque fue un porcentaje mayor el que respondió que sí es necesario que el comunicador actúe en todo momento de acuerdo a principios éticos; el resto de los encuestados consideró que sólo en algunas ocasiones o en la mayoría de las veces; se afirma que en gran medida se debe a la influencia de ideologías y estado actual de la sociedad, debido a que en el mundo contemporáneo se ha invertido la escala de valores, provocando que la moral quede en un lugar inferior al que por derecho natural le corresponde; esto no sólo es evidente en los medios de comunicación, sino en otros ámbitos sociales como lo son las empresas, las instituciones educativas, los gobiernos y la misma familia (o lo que queda de ella). Esta influencia se refleja en respuestas como el que los medios no permiten actuar éticamente, o que la Ética es una ciencia que ya no es válida para los hombres de hoy. Es precisamente, por estos resultados, que es urgente una reforma de la sociedad y sus miembros, que recupere el valor y lugar de la moral en el desarrollo social, y se procure con ello el respeto a la naturaleza y dignidad humanas, que han y siguen siendo deterioradas por este tipo de ideologías o corrientes de pensamiento.

Por último, y como justificación del presente trabajo de tesis, se presenta la pregunta de si los encuestados incluirían o no la asignatura de Deontología del Comunicador, en la Licenciatura que es nuestro objeto de estudio; favoreciendo los resultados obtenidos a esta justificación, debido a que fue la mayoría de la población estudiantil y el total del profesorado encuestado la que manifestó su inclinación a que sí se introdujera la mencionada asignatura, haciendo ver que es necesaria para que el comunicador, reciba en primer lugar una formación integral y como consecuencia de

ello, pudiera prepararse en esta rama del saber humano con el fin de desempeñarse como un buen profesional y verdadero profesional, competente, responsable y comprometido con la sociedad y con cada uno de sus miembros.

Como consecuencia, y de acuerdo a este análisis e interpretación general del diagnóstico de necesidades; es necesario que todo estudiante de cualquier profesión reciba, como parte de su formación integral, una preparación Ética Profesional, que no sólo lo capacite para ser competente, sino que le favorezca en su desarrollo personal y humano; situación que se hace en mayor medida indispensable para todas aquellas profesiones con un carácter eminentemente humanista como lo es la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, que aunque sí requiere de una fuerte y sólida educación técnica y científica, también exige una formación humanística que responda cabalmente al servicio social que presta, y que debe ante todo cumplir y satisfacer su labor con el bien común, que cualquier profesional busca como tal.

V Programa de la asignatura Deontología del Comunicador

V. Justificación

En el proceso de formación de un estudiante, existen distintos aspectos que deben ser abarcados si lo que se desea es lograr una preparación integral que desarrolle todas las dimensiones del ser humano y todos los aspectos que como parte de una profesión en particular se deben desarrollar.

Es por ello que en el Plan de Estudios de cualquier licenciatura se abarcan una serie de asignaturas que buscan otorgar conocimientos, habilidades y actitudes específicas de la profesión para la cual una persona está estudiando. Para cada una de estas asignaturas del Plan General de la carrera, se estructura lo que se conoce con el nombre de programa, en el cual se especifica de forma concreta la aplicación de los elementos didácticos para dicha materia.

*Toda planeación se concreta en un programa definido de acción, que constituye una guía segura para conducir progresivamente a los alumnos a los resultados deseados³²⁶, por lo que el programa es la guía académica y sistemática que el profesor elabora con el fin de llevar a cabo

³²⁶ DE MATTOS, L.A., *op. cit.*, p. 100

durante un curso escolar, y que va a ser su punto de referencia a seguir, útil tanto para él como para los alumnos, que apoya a cumplir con un orden especificado; facilitando la realización del proceso educativo planeado para toda la carrera y para cada asignatura en particular.

El programa así considerado, se convierte en un instrumento de dirección y control para el proceso educativo, teniendo entre sus finalidades, las siguientes:

- Ayudar a satisfacer una necesidad
- Ayudar a propiciar un mejor aprendizaje
- Proporcionar una visión de conjunto de cómo se realizará el proceso educativo
- Aprovechar adecuadamente el total de horas reservadas para un curso
- Aumentar la eficiencia de la enseñanza
- Asegurar el buen control de la enseñanza
- Evitar improvisaciones que confundan al educando
- Proporcionar secuencia y progresividad a los trabajos escolares
- Dispensar mayor atención a los aspectos esenciales de la materia
- Proponer tareas adecuadas a las posibilidades de los alumnos
- Posibilitar la coordinación de las disciplinas o demás asignaturas entre sí, con el fin de alcanzar una enseñanza integrada
- Posibilitar la concentración de recursos didácticos en los horarios oportunos y utilizarlos adecuadamente²²⁷

Para contribuir a la consecución de las finalidades propias que persigue un programa, así como a los objetivos propuestos en el perfil del comunicador por parte de la Universidad de Valle de Orizaba; se justifica la necesidad imperante de estructurar el programa de la asignatura de Deontología del Comunicador, para facilitar el cumplimiento de las finalidades descritas y principalmente para abarcar de esta forma una formación integral para este profesionista que requiere, por su función social, de una fundamentación ética en su desempeño y competencia profesional.

²²⁷ *id.*, NERICI, I.G., *op. cit.*, p. 128

Es por esta razón, entre otras, que se propone el programa mencionado, elaborado a partir de toda la fundamentación teórica y de los resultados e interpretación de los cuestionarios aplicados a alumnos y profesores de esta Licenciatura en la mencionada Institución de Educación Superior; sin descartar su posible aplicación y adaptación en cualquier otro plan de estudios de dicha Licenciatura en nuestro país.

Es preciso señalar, que para la estructuración del programa se retomaron en su diseño los distintos elementos didácticos que comprende una planeación educativa de programación semestral.

V.2 Descripción del Programa

Antes de presentar el programa de la asignatura Deontología del Comunicador como tal, es preciso aclarar que debido a los resultados que se obtuvieron en los cuestionarios, ante la solicitud de los alumnos por cursar esta asignatura tanto en los primeros como en los últimos semestres, lo que se propone es que en el segundo semestre y como parte de la asignatura de Filosofía II, se mantengan los contenidos que ya se presentan en relación con la Ética, corrigiendo y ampliando con el fin de dar una visión preliminar de lo que es la Ética General, para con base en ella dar las bases y el sustento teórico de lo que sería propiamente la asignatura de Deontología del Comunicador, que se propone seguir en el noveno semestre de la carrera, con el fin principal de dar una fundamentación Ética que prepare a los estudiantes a su desempeño laboral, y de esta forma tengan las bases éticas recientes y no tenga problemas de retención de conocimientos y actitudes éticas.

Entonces, referente a los contenidos que se proponen cursar durante el segundo semestre en la asignatura Filosofía II, se conserva el presentarlos en el Capítulo IV, pero con las modificaciones que a continuación se especifican:

Contenidos actuales

UNIDAD. IV ÉTICA

4.1 Definición

4.2 El acto humano

4.3 Los valores

4.3.1 Definición

4.3.2 Naturaleza

4.3.3 Axiología

4.3.4 Función

4.4 Filosofía de la Ética Profesional

Propuesta curricular

UNIDAD IV. ÉTICA GENERAL

IV.1 La Ética como ciencia Filosófica

IV.2 Fundamento científico de la Ética

IV.3 Preceptos éticos relevantes

IV.3.1 El acto humano

IV.3.2 La libertad y responsabilidad

IV.3.3 Conciencia

IV.3.4 El valor

IV.3.5 El bien y el mal

IV.3.6 La virtud

IV.4 La Ley Moral y las normas éticas

La finalidad de modificar los contenidos expuestos en el programa actual de la asignatura Filosofía II, relacionados con la Ética es lograr una complementación de los mismos para que se abarque de forma global lo que implica la Ética General, y brindar con estos contenidos el fundamento o base para los conocimientos que posteriormente se van a recibir en la asignatura

de Deontología del Comunicador, además que ésta sin los principios éticos generales no puede ser comprendida en toda su extensión.

Una vez que ya se ha aclarado la situación de la Ética General, se presenta a continuación el programa concreto de la asignatura en cuestión, esto es de la Deontología del Comunicador, realizando para ello una descripción vertical de la misma, que al ser estructurada se abarcaron los elementos didácticos propios de cualquier programa de estudio. Es preciso señalar antes de la descripción del programa, que éste planea a la asignatura como materia interna extracurricular de la Universidad, por lo que no requiere de clave por parte de la SEP:

Programa semestral de la asignatura Deontología del Comunicador

UNIVERSIDAD DEL VALLE DE ORIZABA

CARRERA: Licenciado en Ciencias de la Comunicación

ASIGNATURA: Deontología del Comunicador

CICLO: Noveno semestre

SERIACION: Ninguna

CARGA ACADÉMICA: H.T.S. 3 H.P.S. 1 T.H.S. 4 *

TOTAL DE HORAS POR CURSO: 60 hrs.

* Horas Teóricas semanales; Horas Prácticas semanales y Total de Horas a la semana.

Objetivos Generales de la asignatura

Los objetivos del proceso educativo, indican lo que se desea alcanzar en un tiempo determinado como resultado de dicho proceso, en los objetivos se describen las conductas que se esperan

que logre el alumno durante un curso específico. Existen objetivos de enseñanza y objetivos de aprendizaje, los primeros están constituidos por lo que el profesor se propone alcanzar a partir de su función docente, mientras que los objetivos de aprendizaje implican la expresión de lo que se quiere que el alumno logre a partir del proceso enseñanza-aprendizaje.

Los objetivos, tanto de aprendizaje como de enseñanza, que se desean lograr a partir de este programa, son:

APRENDIZAJE

Los alumnos:

1. Evaluarán los rasgos característicos que debe poseer cualquier comunicador sobre la Ética.
2. Justificarán la exigencia de una Ética Profesional en el desempeño personal y laboral de todo comunicador.
3. Adoptarán una Ética personal y profesional a través del estudio de los principios éticos que rigen a su profesión.
4. Verificarán la necesidad de recibir una formación deontológica acorde a sus exigencias profesionales concretas.
5. Manejarán principios éticos en casos concretos acordes a las situaciones de la clase y del tema.

ENSEÑANZA

1. Sustentar la necesidad de que los comunicadores reciban una preparación ética como parte de su formación integral, como personas y como profesionales competentes.
2. Cuestionar los preceptos éticos establecidos para el comunicador.
3. Demostrar la viabilidad de la aplicación de la Ética y sus principios a la realidad concreta.

Temas o contenido temático del curso

El temario, temas o contenido temático expresan una serie de conocimientos y conceptos explícitos que se desean abarcar durante el proceso educativo de una asignatura en específico. Estos contenidos deben ir conforme a los objetivos propuestos para el curso, y a su vez cada contenido especial debe poseer un objetivo particular que se debe alcanzar en cada unidad. El contenido temático permite obtener una concepción global y específica de los conceptos que se estudiarán durante el curso, de forma ordenada y sistemática.

En el presente programa de la asignatura Deontología Profesional, la metodología que se aplicó en la selección y organización de los contenidos temáticos siguió un procedimiento específico:

- * Se tomó como base principal en la selección del contenido, los distintos aspectos que se presentaron en el fundamento teórico de la tesis relacionados directamente con la Deontología del Comunicador y con la Ética profesional.
- * De los contenidos analizados en el tercer capítulo, se procedió a la elección de los relacionados con la Ética Profesional y sus principales características, así como los postulados relevantes que sustenta esta rama de la Ética. De esta forma se elaboró la primera unidad del programa que se propone, considerando que también se presenta la propuesta de perfeccionar el contenido que en la asignatura de Filosofía II se cursa en materia de Ética; puesto que mi propuesta curricular sigue un método deductivo, esto es, va de lo general a lo particular, es entonces que se parte de la Ética General, se prosigue con la Ética Profesional para culminar con la Deontología del Comunicador, con las bases suficientes que fundamenten este saber.
- * Por otra parte, del cuarto capítulo de fundamentación teórica se retoman los postulados esenciales de la Deontología del Comunicador y se presentan, tanto en el cuestionario aplicado para el diagnóstico de necesidades, como en la propuesta del programa de la asignatura Deontología del Comunicador. Al estructurar el programa se tomaron en cuenta los resultados del diagnóstico de necesidades, dándole una jerarquía en contenido a aquellos temas que obtuvieron un porcentaje significativo, y relacionándolos con los temas del cuarto capítulo, además de incluir

algunos de los temas sugeridos por los alumnos y los profesores, como por ejemplo la corrupción en los medios de comunicación social y en el mismo profesional de la comunicación.

* La organización de los contenidos temáticos, sigue esencialmente una metodología deductiva, que como ya se mencionó, procede de lo general a lo particular. Se estructuró de esta forma con la finalidad de que los alumnos tengan una serie de conocimientos generales del tema para que procedan a una especificidad mayor conforme avance el curso.

Así es como primero se estudia lo que es la Ética Profesional y su trascendencia en la formación de cualquier profesionista, para que se reflexione sobre la preparación competente que deben recibir todos los estudiantes del nivel educativo superior.

Posteriormente se continúa la organización de los contenidos de tal forma que se otorgan conocimientos generales ya de la Deontología del Comunicador en particular, para proseguir en la unidad tres con presupuestos éticos del profesional de la comunicación, particularizando con mayor profundidad en las situaciones éticas específicas a las que se tiene que enfrentar un comunicador.

Por último, en el capítulo cuarto se concretiza la Deontología del Comunicador en un marco legal, como cierre de lo que implica esta formación ética para este profesional, comprometido moralmente con la sociedad a la que sirve y con su persona al ser profesionista y por lo mismo competente.

Así se organizaron y estructuraron los contenidos temáticos de este curso propuesto, a continuación se presentan los mencionados contenidos del programa de la asignatura propuesta:

UNIDAD I. ÉTICA PROFESIONAL

Objetivo Particular: Los alumnos revisarán los principales aspectos de la Ética Profesional como sustento de la Deontología del Comunicador.

I.1 Definición

- I.1.1 Profesión y vocación
- I.1.2 La dimensión ética de la profesión

I.2 Presupuestos éticos profesionales

- I.2.1 Acto profesional
- I.2.2 Responsabilidad
- I.2.3 Deberes y derechos del profesionista
- I.2.4 Bien común
- I.2.5 Secreto Profesional

UNIDAD II. DEONTOLOGÍA DEL COMUNICADOR

Objetivo Particular: Los alumnos discriminarán el concepto de Deontología y su repercusión en la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

II.1 Concepto de Deontología del comunicador

II.2 La formación moral del comunicador

- II.2.1 Compromiso y responsabilidad social

II.3 Ética de la información y conciencia profesional

II.4 La comunicación como medio de influencia en la sociedad y su repercusión ética

II.5 La función social e influencia moral de los medios masivos de comunicación

- II.5.1 Corrupción en los medios de comunicación social
- II.5.2 La Ética de los medios de comunicación en México

UNIDAD III. PRESUPUESTOS DEONTOLÓGICOS DEL COMUNICADOR

Objetivo Particular: Los alumnos cuestionarán la validez de los preceptos deontológicos que norman su profesión.

- III.1 La moralidad de la imagen informativa
- III.2 El lenguaje y la Ética en el proceso de comunicación
- III.3 Significado ético profesional de la libertad de expresión
- III.4 El secreto profesional del informador
 - III.4.1 Un derecho y un deber
 - III.4.2 Confidencialidad de las fuentes
- III.5 La veracidad en el proceso de la comunicación
 - III.5.1 La opinión en el marco de la información veraz
- III.6 El respeto a la intimidad, a la vida privada
- III.7 Un problema real: La manipulación de la información
- III.8 Publicidad y Ética ¿Contrapuestos?

UNIDAD IV. MARCO LEGAL DE LA DEONTOLOGÍA DEL COMUNICADOR

Objetivo Particular: Los alumnos examinarán los principios legales que regulan la función del comunicador, reafirmando y confrontando los conocimientos adquiridos en la asignatura Marco Legal del Comunicador.

- IV.1 Información: Principios éticos en los códigos
- IV.2 Códigos Internacionales de Ética para Periodistas
- IV.3 Códigos Latinoamericanos de Ética Periodística
- IV.4 Código Mexicano de Ética del Comunicador o Periodista
- IV.5 Códigos éticos para Medios de Comunicación
- IV.6 Código de Ética Publicitaria en México

Metodología

La metodología que se estructura para llevar a cabo un curso, comprende una serie de métodos y técnicas útiles y adecuados para la consecución de los objetivos propuestos en el programa, y a su vez cada método y cada técnica posee un procedimiento específico para cada uno de ellos.

Para comprender mejor lo que implica un método o una técnica como medios que facilitan la consecución de los objetivos y la realización del proceso enseñanza-aprendizaje, es preciso describir en qué consiste un método y en qué una técnica:

Método = del griego *metá*, a través, más allá, y *odós*, camino: camino que se recorre. Esto conduce a la idea de un ordenamiento de actividades a desarrollar para lograr un determinado fin, esto es, de acuerdo a la concepción didáctica del método, la organización racional y bien calculada de los recursos disponibles y de los procedimientos más adecuados para alcanzar determinado objetivo de la manera más segura, económica y eficiente³²⁸, lo que permite concluir que un método educativo es la organización de técnicas, de tiempo y de materiales didácticos, dirigidos a provocar una modificación de conducta en los discentes.

Técnica = "es el recurso didáctico al cual se acude para concretar una parte del método en la realización del aprendizaje"³²⁹, lo que permite concluir que para cada método existen una serie de técnicas útiles que facilitan su máximo aprovechamiento.

En un programa, por lo mismo, debe quedar explícito que métodos y técnicas utilizará el docente para lograr plenamente los objetivos programados, cuidando que la metodología sea congruente y adecuada a éstos, a la propia asignatura y a los conocimientos y habilidades que ésta requiere para un buen aprendizaje. A continuación se presenta la relación de los métodos y sus respectivas técnicas, estructurados para el programa en cuestión, presentando al final una breve descripción de cada uno:

³²⁸ *cf.*, DE MATTOS., L. A., *op. cit.*, p. 81

³²⁹ NERICI, I.G., *op. cit.*, p. 237

1. **Método:** Deductivo
Técnicas: Argumentación
Diálogo
Investigación
Discusión en pequeños grupos

2. **Método:** Psicológico
Técnicas: Estudio de casos
De problemas
De la experiencia

3. **Método:** Activo
Técnicas: Argumentación
Diálogo
Promoción de ideas
Dramatización

4. **Método:** De trabajo colectivo
Técnicas: Estudio de casos
De problemas
Tarea dirigida
Diálogos simultáneos

5. **Método:** Heurístico
Técnicas: Argumentación
De la experiencia
Promoción de ideas

- . **Método:** Analítico-Sintético
Técnicas: Diálogo
Investigación
Promoción de ideas

Métodos³³⁰:

- * Método deductivo. Se realiza cuando el aprendizaje se basa en conocimientos de conceptos o principios generales de los cuales son extraídas conclusiones y consecuencias.
- * Método psicológico. Cuando se presenta el contenido atendiendo a los intereses, necesidades y experiencias de los alumnos.
- * Método activo. Se realiza cuando, a través de la participación activa de los alumnos, se lleva a cabo en ellos el aprendizaje. Con este método un curso se desarrolla con base en la activación e incentivos del alumno.
- * Método de trabajo colectivo. Es el que se basa en la adquisición de conocimientos a través de la interrelación de los alumnos de un grupo. De la reunión de esfuerzos de los alumnos y de la colaboración entre ellos resulta el trabajo total.
- * Método heurístico. Consiste en provocar la motivación del alumno para comprender lo enseñado y aceptar argumentos propios que presente el alumno.
- * Método analítico. Cuando se estudia un fenómeno a través de las partes que lo constituyen.
- * Método sintético. Cuando se llega al conocimiento de un fenómeno considerando la interrelación de sus partes como constitutivas de un todo.

Técnicas:

Con relación a las técnicas, es preciso señalar que además de las manifiestas en el programa, se aplicarán las más comunes como lo es la expositiva y el dictado.

³³⁰ cf., ibidem, p. 239-246

De las técnicas que expone Nerici, se retoman³³¹:

* Técnica del interrogatorio. Consiste en la realización de preguntas al alumno, por parte del profesor, con diversos fines. Como parte de esta técnica se puede ubicar otras dos técnicas:

- *Técnica de la argumentación*. Interrogatorio destinado a la verificación de lo que el alumno ha estudiado por cuenta propia.

- *Técnica del diálogo*. Interrogatorio destinado a propiciar la reflexión de los alumnos, con carácter más constructivo y amplio que la argumentación. Esta técnica es propia de la mayéutica socrática.

* Técnica del estudio de casos. Consiste en la presentación del contenido de los temas a través de problemas o situaciones concretas para que los alumnos propongan las soluciones correspondientes.

* Técnica de problemas. Consiste en presentar el material de estudio a través de problemas que han de ser resueltos por los alumnos.

* Técnica de la demostración. Se basa en la deducción. Presenta en forma oral o a través de material, razones encadenadas lógicamente que confirman determinadas afirmaciones.

* Técnica de la experiencia. Consiste en la repetición de un fenómeno y explicarlo. Propicia al alumno una vivencia objetiva del material de estudio.

* Técnica de la investigación. Consiste en el trabajo del alumno, individual o en grupo, que desarrolla para demostrar la verdad a través del estudio de la información recabada en diversas fuentes.

³³¹ *id.*, *ibidem*, p. 282-324

* Técnica de la tarea dirigida. Es aquella que dirige, a través de instrucciones precisas, la actividad extraescolar del alumno.

Las demás técnicas se describen de acuerdo a la clasificación que proponen Beal, Bohlen y Raudabaugh³¹²:

* Discusión en pequeños grupos. Intercambio mutuo de información, ideas y opiniones entre los miembros de un pequeño grupo (5 a 20 personas)

* Diálogos simultáneos. Descomposición del grupo en subgrupos de dos personas para que discutan sobre algún tema o situación.

* Promoción de ideas. Interacción informal del grupo que consiste en la libre y espontánea expresión de todo aquello que sugiera un tema de estudio. Su característica es la rapidez y dinamismo en la expresión de ideas.

* Dramatización. Es el desarrollo de papeles teatrales, establecidos o espontáneos, realizados por los integrantes de un grupo.

En el contexto de la metodología se pueden ubicar las denominadas experiencias de aprendizaje, que son posibilidades de acción que el discente posee como parte de su formación, a través de estas experiencias se facilita la fijación del aprendizaje, pues el alumno realiza una diversidad de actividades concretas con el fin de asimilar los aprendizajes con vivencias de los mismos alumnos. En este programa se proponen una serie de experiencias de aprendizaje relacionadas con la metodología del curso y sus contenidos; algunas de estas experiencias se especifican en concreto dentro de la presentación del programa, que es una forma gráfica y resumida de la descripción del programa.

³¹² Cf. BEAL, G.M., et al., *Conducción y acción dinámica del grupo*, p. 163, 178, 222, 227

Material didáctico

El material didáctico es todo aquel elemento concreto que el profesor utiliza para sustituir la realidad y representarla de la mejor forma posible, de modo que se facilite su objetivación por parte del alumno³³³. Este tipo de material ayuda al docente a conducir el aprendizaje dentro de una situación real o, en su defecto, ayuda a sustituir la realidad para concretar e ilustrar lo que se expone.

Para el programa de Deontología del Comunicador, se propone utilizar la diversidad de medios y materiales didácticos a los que los alumnos están familiarizados por la misma versatilidad que presenta en este aspecto la carrera. Los materiales que se establecen en el programa son los que a continuación se presentan, más los que los alumnos tengan la creatividad de generar y que sean de utilidad para el logro de los objetivos y en congruencia con los contenidos específicos de la asignatura:

1. Visuales: Rotafolio
Pizarrón
Retroproyector
Carteles
Fotografía
Libros
Diapositivas
Revistas y periódicos

2. Auditivo: Cassettes
Radio

3. Audio-visuales: Programas de televisión
Películas y documentales
Diapositivas con sonido

³³³ cf., NERICI, I.G., op. cit., p. 329

Tiempo didáctico

El tiempo didáctico comprende la duración del proceso educativo, sea de un curso, semestre, mes o simplemente una clase. Es indispensable considerar el tiempo que va a durar un curso, debido a que los contenidos y los objetivos se cuantifican en el tiempo y deben especificarse de este modo para alcanzar su plena realización y abarcar todo lo que se está estableciendo en el plan o programa.

El programa de la asignatura Deontología de la Comunicación tiene un tiempo didáctico de un semestre, considerando que son 4 horas a la semana y 60 horas como total para todo el curso, repartidas equitativamente en cada unidad, considerando para esto la amplitud de los contenidos.

Durante la realización del programa se pueden presentar algunos inconvenientes no previstos que afecten el tiempo destinado al curso y reduzcan los contenidos, por ello se establece un colchón didáctico, esto es, un determinado lapso de tiempo que se presenta como alternativa para cubrir cualquier dificultad que se presente. En este caso se propone un colchón didáctico de una hora para todo el curso.

Evaluación del curso

La evaluación es la "actividad sistemática y continua, integrada dentro del proceso educativo, que tiene por objeto proporcionar la máxima información para mejorar este proceso, reajustando sus objetivos, revisando críticamente planes y programas, métodos y recursos, y facilitando la máxima ayuda y orientación a los alumnos"³³⁴; la evaluación propicia una retroinformación objetiva, que permite establecer nuevas estrategias de cambio, con el fin de perfeccionar el plan o programa de estudio. Para evaluar existen una serie de técnicas e instrumentos de evaluación, que facilitan este proceso complejo. En el presente programa se propone utilizar las siguientes técnicas e instrumentos de evaluación:

³³⁴ SANTILLANA., op. cit., p. 603

1. Prueba o examen objetivo. Su característica esencial es sin duda su objetividad. Para lograr ésta se presenta un conjunto de preguntas que sólo admiten una respuesta verdadera que el alumno no construye, sino que elige.
2. Prueba o examen escrito de ensayo. Comprende un conjunto de indicaciones y/o preguntas ante las cuales el estudiante elabora una respuesta original y tan extensa como él lo determine, o cómo lo especifique la misma pregunta.
3. Trabajo escrito grupal. Consiste en una investigación grupal acerca de un tema concreto que se solicite a los estudiantes desarrollen de forma escrita a través de un trabajo.
4. Participación en clase. Se refiere básicamente a la intervención que cada alumno lleva a cabo durante las sesiones, y que puede ser al contestar una pregunta que el profesor elabore, cuestionando alguna duda, comentando algún ejemplo o experiencia, etc.
5. Ensayos y análisis de textos. Implican un razonamiento más elaborado por parte del alumno, de escritos relacionados con la materia, sobre los cuales debe elaborar; un análisis filosófico y ético de los mismos.

A continuación se presentan los porcentajes correspondientes a cada instrumento de evaluación y a la propia evaluación del curso, que comprende el 100% de la asignatura.

| | |
|--------------------------------|------------|
| * Un examen objetivo | 25% |
| * Un examen abierto | 25% |
| * Trabajo escrito grupal | 30% |
| * Participación en clase | 10% |
| * Ensayos y análisis de textos | <u>10%</u> |
| | 100% |

Nota: Los porcentajes pueden ser acordados por el profesor con el grupo, de acuerdo a las expectativas de la materia y del programa en sí.

Bibliografía

La Bibliografía presente en un programa, indica los documentos (libros, revistas, etc.), básicos en los que se fundamenta la asignatura y sus contenidos. Además de la Bibliografía Básica existe la Bibliografía Complementaria, que no se especifica explícitamente en el programa, pero que el profesor consulta para ampliar los datos e información relacionada con la asignatura.

La Bibliografía Básica del Programa de Deontología del Comunicador es:

1. BRAJNOVIC, Luka

Deontología Periodística

Ed. EUNSA., Pamplona., 1969., 234p.

2. GOODWIN, Eugene

A la búsqueda de una Ética en el Periodismo

Ed. Gerinka., México., 1992., 444p.

3. HERRÁN, María Teresa / RESTREPO, Javier Darío

Ética para periodistas

Ed. Tercer Mundo., Bogotá., 1992., 292p.

4. MENENDEZ, Aquiles

Ética Profesional

Ed. Herrero Hermanos., México., 1962., 281p.

5. MORALES LEÓN, Jesús

Ética del Comunicador Profesional

Ed. ARBOR., Monterrey., 1993., 108p.

6. PARODI DELFINO, Luis

Ética Profesional del Periodista

Universidad Católica de Puerto Rico., Puerto Rico., 1967., 65p.

7. PEINADOR NAVARRO, Antonio

Tratado de Moral Profesional

Ed. Católica., Madrid., 1969., 626p.

8. KLAPP, Orrin E.

Información y Moral (Estrategias de apertura y cierre ante la nueva información)

Ed. Fondo de Cultura Económica., México., 1985., 254p.

9. RIVERS, William L. / METHUEWS, Cleve

La Ética en los medios de comunicación

Ed. Gerinka., México., 1992., 436p.

10. URIBE O., Hernán

Ética Periodística en América Latina

UNAM., México., 1984., 185p.

11. VÁZQUEZ FERNÁNDEZ, Francisco

Ética y Deontología de la información

Ed. Parafino., España., 1991., 286p.

V.3 PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA

UNIVERSIDAD DEL VALLE DE ORIZABA

CARRERA: LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ASIGNATURA: DEONTOLOGÍA DEL COMUNICADOR

CICLO: NOVENO SEMESTRE

SERIACIÓN: NINGUNA

CARGA ACADÉMICA: H.T.S. 3 H.P.S. 1 T.H.S. 4

TOTAL DE HORAS CLASE POR CURSO: 60 hrs.

OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA: Los alumnos

1. Evaluarán los rasgos característicos que debe poseer cualquier comunicador sobre la Ética.
2. Justificarán la exigencia de una Ética profesional en el desempeño personal y laboral de todo comunicador.
3. Adoptarán una Ética personal y profesional a través del estudio de los principios éticos de su profesión.
4. Verificarán la necesidad de recibir una formación deontológica acorde a sus exigencias profesionales concretas.
5. Manejarán principios éticos en casos concretos acordes a las situaciones de la clase y del tema.

RESPONSABLE DEL PROGRAMA ACADÉMICO

| CONTENIDO TEMÁTICO | OBJETIVOS PARTICULARES DE CADA UNIDAD | HORAS ESTIMADAS | EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE |
|---|---|-----------------|--|
| <p>UNIDAD I. ÉTICA PROFESIONAL</p> <p>1.1 Definición</p> <p>1.1.1 Profesión y vocación</p> <p>1.1.2 La dimensión ética de la profesión</p> <p>1.2 Presupuestos éticos profesionales</p> <p>1.2.1 Acto profesional</p> <p>1.2.2 Responsabilidad</p> <p>1.2.3 Deberes y derechos del profesionista</p> <p>1.2.4 Bien común</p> <p>1.2.5 Secreto Profesional</p> | <p>Los alumnos revisarán los principales aspectos de la Ética Profesional como sustento de la Deontología del Comunicador</p> | <p>8 horas</p> | <p>- Diseño de carteles representativos de los presupuestos éticos profesionales, a través de imágenes visuales</p> <p>- Análisis de ensayos y textos relacionados con el tema</p> |
| <p>UNIDAD II. DEONTOLOGÍA DEL COMUNICADOR</p> <p>II.1 Concepto de Deontología del Comunicador</p> <p>II.2 La formación moral del comunicador</p> <p>II.2.1 Compromiso y responsabilidad del comunicador</p> <p>II.3 Ética de la información y conciencia profesional</p> | <p>Los alumnos discriminarán el concepto de Deontología y su repercusión en la Lic. en Ciencias de la Comunicación</p> | <p>19 horas</p> | <p>- Elaboración de un cuadro comparativo del contenido de un mismo artículo periodístico</p> <p>- Análisis ético de un programa de televisión</p> |

| CONTENIDO TEMÁTICO | OBJETIVOS PARTICULARES DE CADA UNIDAD | HORAS ESTIMADAS | EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE |
|--|---|-----------------|---|
| <p>II.4 La comunicación como medio de influencia en la sociedad y su repercusión ética</p> <p>II.5 La función social e influencia moral de los medios de comunicación social</p> <p> II.5.1 Corrupción en los medios de comunicación social</p> <p> II.5.2 La Ética de los medios de comunicación en México</p> <p style="text-align: center;">UNIDAD III. PRECEPTOS DEONTOLÓGICOS DEL COMUNICADOR</p> <p>III.1 La moralidad de la imagen informativa</p> <p>III.2 El lenguaje y la Ética en el proceso de comunicación</p> <p>III.3 Significado ético profesional de la libertad de expresión</p> <p>III.4 El secreto profesional del informador</p> <p> III.4.1 Un derecho y un deber</p> <p> III.4.2 Confidencialidad de las fuentes</p> | <p>Los alumnos cuestionarán la validez de los preceptos deontológicos que norman su profesión</p> | <p>23 horas</p> | <p>- Presentación del análisis moral de una fotografía</p> <p>- Evaluación del lenguaje de un programa radiofónico y su correcta estructuración ética, elaborada en clase con todo el grupo</p> |

| CONTENIDO TEMÁTICO | OBJETIVOS PARTICULARES DE CADA UNIDAD | HORAS ESTIMADAS | EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE |
|--|---|-----------------|---|
| <p>III.5 La veracidad en el proceso de comunicación</p> <p>III.5.1 La opinión en el marco de la información veraz</p> <p>III.6 El respeto a la intimidad, a la vida privada</p> <p>III.7 Un problema real: La manipulación de la información</p> <p>III.8 Publicidad y Ética ¿contrapuestas?</p> | | | <p>- Elaboración de un audiovisual o video que abarque en su contenido algún aspecto distinto de la Ética del comunicador, por equipos.</p> |
| <p>UNIDAD IV. MARCO LEGAL DE LA DEONTOLOGÍA DEL COMUNICADOR</p> <p>IV.1 Información: Principios éticos en los códigos</p> <p>IV.2 Códigos Internacionales de Ética para periodistas</p> <p>IV.3 Códigos Latinoamericanos de Ética Periodística</p> <p>IV.4 Código Mexicano de Ética del Comunicador o Periodista</p> <p>IV.5 Códigos Éticos para los Medios de Comunicación</p> <p>IV.6 Código de Ética Publicitaria en México</p> | <p>Los alumnos examinarán los principios legales que regulan la función del comunicador</p> | <p>10 horas</p> | <p>- Elaboración de un cuadro comparativo de los principios análogos que se establecen a nivel internacional</p> <p>- Diseño y análisis de una propuesta de un código ético para el comunicador, por equipos</p> <p>- Aplicación de los principios específicos del ramo periodístico a toda la función del comunicador.</p> |

METODOLOGÍA GENERAL

- | | | | |
|-------------------|------------------------|--------------------|------------------------|
| - <u>Métodos:</u> | * Deductivo | - <u>Técnicas:</u> | * Argumentación |
| | * Psicológico | | * Diálogo |
| | * Activo | | * Investigación |
| | * De trabajo colectivo | | * Pequeños grupos |
| | * Heurístico | | * Estudio de casos |
| | * Analítico-sintético | | * De problemáticas |
| | | | * De la experiencia |
| | | | * Promoción de ideas |
| | | | * Dramatización |
| | | | * Tarea dirigida |
| | | | * Diálogos simultáneos |

MATERIAL DIDÁCTICO

- | | | |
|---------------------------|---------------------------|----------------------------|
| - Rotafolio | - Pizarrón | - Retroproyector |
| - Carteles | - Fotografía | - Libros |
| - Diapositivas | - Revistas y periódicos | - Cassettes |
| - Radio | - Programas de televisión | - Películas y documentales |
| - Diapositivas con sonido | | |

EVALUACIÓN DEL CURSO

| | |
|------------------------------|------|
| Un examen objetivo | 25% |
| Un examen de ensayo | 25% |
| Trabajo escrito por equipos | 30% |
| Participación en clase | 10% |
| Ensayos y análisis de textos | 10% |
| | 100% |

Nota: Los porcentajes pueden ser acordados por el profesor con el grupo.

BIBLIOGRAFÍA

1. BRAJNOVIC, Luka., Deontología Periodística (Ensayos en torno de la Ética Profesional del Periodista), Ed. EUNSA., Pamplona., 1969., 234p.
2. GOODWIN, Eugene., A la búsqueda de una Ética en el Periodismo, Ed. Gerinka., México., 1992., 444p.
3. HERRÁN, María Teresa / RESTREPO, Javier., Ética para periodistas, Ed. Tercer Mundo., Colombia., 1992., 292p.
4. MENENDEZ, Aquiles., Ética Profesional, Etl. Herrero Hermanos , México., 1962., 281p.
5. MORALES LEÓN, Jesús., Ética del Comunicador Profesional, Ed. ARBOR., Monterrey., 1993., 108p.
6. PARODI Delfino., Luis., Ética Profesional del Periodista, Universidad Católica de Puerto Rico., Puerto Rico., 1967., 65p.
7. PEINADOR NAVARRO, Antonio., Tratado de Moral Profesional. Ed. Católica., Madrid., 1969., 626p.
8. KLAPP, Orrin E., Información y Moral, Ed. FCE., México., 1985., 254p.
9. RIVERS, William L. / METHEWS, Cleeve., La Ética en los medios de comunicación, Ed. Gerinka., México., 1992., 436p.
10. URIBE O., Hernán., Ética Periodística en América Latina, UNAM., México., 1984., 185p.
11. VÁZQUEZ FERNÁNDEZ., Francisco., Ética y Deontología de la información, Ed. Parafino., España., 1991., 286p.

CONCLUSIONES

1. La educación como proceso de perfeccionamiento de las potencialidades específicamente humanas, debe ser ante todo integral, debe abarcar la plenificación de todas y cada una de las facultades y dimensiones humanas; siendo que una de estas dimensiones naturales en el ser humano es su dimensión moral, el hacer buen uso de su libertad, dirigida por la inteligencia y la voluntad, facultades exclusivamente humanas.
2. La persona es un ser eminentemente moral, porque tiene inteligencia y voluntad, facultades gracias a las que puede actuar con plena libertad, y por lo mismo sus actos son morales: buenos o malos; lo que implica que de acuerdo a la moralidad de la acción el hombre se perfecciona o se degrada. Es entonces que la educación no puede permanecer ajena o indiferente a la formación moral, debe ante todo propiciar y fomentar esta faceta de su preparación, con la finalidad de ser integral.
3. La Didáctica es un medio pedagógico que facilita el proceso enseñanza-aprendizaje y por lo mismo es fuente de perfección; que contribuye a la consecución de la educación integral, al propiciar la organización y planeación de los conocimientos, habilidades y/o actitudes que se deben formar al término de dicha educación.
4. La comunicación, como fenómeno exclusivamente humano, es el origen de la relación que cada hombre guarda con la sociedad en la cual vive y se desarrolla, sin ella el hombre no podría subsistir; además de ser el principal medio por el cual el hombre se educa, pues es gracias a la comunicación - representada por el lenguaje oral o no - cómo la mayoría de los educandos y los mismos educadores efectúan el proceso de formación humana.
5. Este fenómeno humano, la comunicación, ha sufrido, a lo largo del tiempo y paralelamente al progreso humano, una serie de cambios que la perfeccionan y facilitan su proceso. Transformaciones dadas principalmente en un campo tecnológico y científico; lo que ha dado lugar a nuevas formas de comunicación humana como lo son los medios de comunicación colectiva.

6. El auge y desarrollo de estos medios de comunicación social, ha propiciado a su vez la satisfacción de necesidades modernas en materia de información o comunicación; entre las que destaca la creación de una nueva profesión, la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, con el objetivo de que los comunicadores (antes empíricos) cumplan con las exigencias que reclama la sociedad contemporánea en materia de comunicación, producto de la función que desempeñan estos medios en el desarrollo de actividades cotidianas, las cuales no podrían llevarse a cabo de no ser por estos medios.

7. La preparación académica que reciben los estudiantes de esta profesión tiene que cumplir con el objetivo de la educación: ser integral y perfeccionadora de todas las potencialidades humanas. Para realizar este objetivo, la Institución educativa que brinde esta educación, tiene la obligación de propiciar la formación ética profesional que todo profesionista de cualquier saber humano debe recibir.

8. La Ética como ciencia, proporciona los fundamentos y principios morales bajo los cuales debe actuar cualquier persona sólo por el hecho de ser hombre y con el fin de respetar su naturaleza y dignidad humanas. Es entonces cuando se dice que la Ética Profesional o Deontología, normatiza y guía la actuación de un profesionista con base en principios propios de su función y competencia social.

9. Con el surgimiento de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, profesión que regula la comunicación e información humanas, especialmente en un nivel social; aparece como un proceso paralelo un nuevo horizonte moral: La Deontología del Comunicador. La formación ética profesional de los informadores o comunicadores, es un compromiso que como profesionistas contraen, al ser una parte indispensable y esencial de su preparación académica en la Universidad, para que posteriormente actúen de acuerdo a los principios éticos de su profesión en el ambiente laboral y procuren con ello alcanzar el bien común.

10. La Deontología del Comunicador, como ciencia, estudia distintos conocimientos, conceptos y actitudes que deben ser adquiridos por todo comunicador profesional competente. Entre estos aspectos propios de su profesión y de la dimensión ética que deben seguir se destacan: la conciencia profesional, la imagen informativa y su moralidad, el lenguaje preciso y verdadero, la

libertad de expresión y el derecho humano a la información, el secreto profesional del comunicador, la veracidad en el proceso de comunicación, el compromiso y responsabilidad del informador con la sociedad y el bien común, la opinión pública y su poder social, el respeto a la intimidad y la vida privada, la manipulación de la información y del receptor de ésta, la publicidad en el marco de la Ética, los códigos de Ética Profesional de comunicador, etc.; situaciones características de los efectos éticos de esta profesión humana.

11. Podemos concluir, que la educación superior y por lo mismo cualquier Universidad, contraen la responsabilidad y compromiso de ofrecer como alternativa de perfeccionamiento, una educación integral característica de cada profesión o especialización que un educando realice. Esta educación, como su adjetivo lo señala, debe ser integral, al desarrollar todas las potencias que el ser humano tiene que perfeccionar a través de este proceso de educación, que no es únicamente de forma académica, sino en todas las facetas de la persona, y en todas sus dimensiones como tal. De estas dimensiones que deben ser plenificadas destaca la dimensión moral que es natural en todo hombre, y que le permite comportarse como ser humano, superior a los demás seres y con facultades específicas, como lo son la inteligencia y la voluntad, destacándose junto con ellas la libertad, propiedad o capacidad humana de la que deriva la moralidad de la acción del hombre. Es necesario, entonces, que todo educando reciba una formación deontológica específica de su profesión; en este caso del comunicador, y aporte los elementos, principios y deberes distintivos de esta profesión esencialmente humanística y comprometida con el bien común y el servicio a la sociedad.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

1. ALVEAR ACEVEDO, Carlos., et al., Informar comunicar y servir., Ed. MINOS, México, 1990., 112p.
2. BRAJNOVIC, Luka., Deontología Periodística (Ensayos en torno de la Ética Profesional del Periodista)., Ed. EUNSA, Pamplona., 1969., 234p.
3. CASTELLANOS, José J., México engañado (por qué la prensa no informa)., Cuadernos de Gaceta Informativa Independiente., México., 1983., 101p.
4. CORRAL CORRAL, Manuel., Manual de comunicación., Ed. CECSA., México., 1983., 84p.
5. GOODWIN, Eugene., A la búsqueda de una Ética en el periodismo., Ed. Gerinka., México., 1992., 444p.
6. GUTIÉRREZ SÁENZ, Raúl., Introducción a la Ética., Ed. Esfinge., México., 1982., 253p.
7. HERRÁN, María Teresa / RESTREPO, Javier Darfo., Ética para periodistas., Tercer Mundo Editores., Bogotá., 1992., 292p.
8. MENENDEZ, Aquiles., Ética Profesional., Ed. Herrero Hermanos., México., 1962., 281p.
9. MORALES LEÓN, Jesús., Ética del Comunicador Profesional., Ed. ARBOR., Monterrey., 1993., 108p.
10. PARODI DELFINO, Luis., Ética Profesional del Periodista., Universidad Católica de Puerto Rico., Puerto Rico., 1967., 65p.

11. PEINADOR NAVARRO, Antonio., Tratado de Moral Profesional, Ed. Católica., Madrid., 1969., 626p.
12. KLAPP, Orrin E., Información y Moral (Estrategias de apertura y cierre ante la nueva información), Ed. Fondo de Cultura Económica., México., 1985., 254p.
13. RIVERS, William L. / METHIEWS, Clevee., La Ética en los medios de comunicación, Ed. Gernika., México., 1992., 436 p.
14. SPAEMANN, Robert., Ética: Cuestiones fundamentales, Ed. EUNSA., Pamplona., 1988., 124p.
15. VÁZQUEZ FERNÁNDEZ, Francisco., Ética y Deontología de la información, Ed. Parafino., España., 1991., 286p.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

16. ABBAGNANO, Nicola., Diccionario de Filosofía, Ed. Fondo de Cultura Económica., México., 1989., 1206p.
17. ACEVES, José Ignacio., et al., Antología en Comunicación, UNAM-ENEP Acatlán., México., 204p.
18. ARROYO SOTO, Augusto., El secreto profesional del abogado y del notario, UNAM., México., 1980., 407p.
19. BARBOSA DÍAZ, Carlos., Principios de Ética, Sociedad Editora Atenas., México., 1929., 234p.
20. BEAL, George M., et al., Conducción y acción dinámica del grupo, Ed. Kapelusz., Buenos Aires., 1990., 332p.

21. BERLO, David K., El proceso de la comunicación (Introducción a la teoría y a la práctica), Ed. El Ateneo., México., 1991., 239p.
22. BRUGGER, Walter., Diccionario de Filosofía, Ed. Herder., Barcelona., 1988., 734p.
23. BUENO, Miguel., Principios de Filosofía, Ed. Patria., México., 1971., 294p.
24. CARDONA, Carlos., Ética del quehacer educativo, Ed. RIALP., Madrid., 1990., 180p.
25. CASTRO COSSIO, Baltasar., Ética Filosófica, Ed. Diana., México., 1987., 239p.
26. CLEMENT, Marcel., et al., La educación de los hombres, Ed. SEPEIRO., Madrid., 1974., 104p.
27. CRASTON, Maurice., Los Derechos Humanos hoy, Ed. Trillas., México., 1963., 139p.
28. DE LA MOTA, Ignacio H., Enciclopedia de la comunicación (Artes, Ciencias y Técnicas), Ed. Noriega., México., 1994., Tomos I-IV., 1432 p.
29. DE MATTOS, Luiz A., Compendio de Didáctica General, Ed. Kapelusz., Buenos Aires., 1974., 355p.
30. DE TORRE, José M., Compendio de Filosofía, Ed. MINOS., México., 1985., 514p.
31. DERISI, Octavio Nicolás., Los fundamentos metafísicos del orden moral, Universidad Católica Argentina., Buenos Aires., 1980., 504p.
32. DERISI, Octavio Nicolás., Max Scheler: Ética material de los valores, Ed. Magisterio Español., Madrid., 1979., 214p.
33. DESANTES GUANTER, José María., La función de informar, Ed. Universidad de Navarra., Pamplona., 1976., 354p.

34. DILTHEY, Wilhelm., Sistema de la Ética., Ed. Nova., Buenos Aires., 1973., 177p.
35. FAGOTHEY., Ética: Teoría y aplicación., Ed. Interamericana., México., 1981., 415p.
36. FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos / DAHNKE, Gordon., La comunicación humana (ciencia social)., Ed. Mc Graw Hill., México., 1992., 468p.
37. FERNÁNDEZ OTERO, Oliveros., Educación y manipulación., Ed. MINOS., México., 1984., 224p.
38. FLORENTINO DEL VALLE., S.J., Diccionario de Moral Profesional., Compañía Bibliográfica Española., Madrid., 1962., 831p.
39. GARCÍA ALONSO, Luz., Ética o Filosofía Moral., Ed. Diana., México., 1986., 303p.
40. GARCÍA HOZ, Víctor., et al., El concepto de persona., Ed. RIALP., Madrid., 1989., 293p.
41. GARCÍA HOZ, Víctor., Cuestiones de Filosofía individual y social de la educación., Ed. RIALP., Madrid., 1962., 130p.
42. GAUQUELIN, Françoise., Saber comunicarse., Ed. Mensajero., Bilbao., 1972., 245p.
43. GNOCCHI, Carlo., Restauración de la persona humana., Ed. Marfil., Valencia., 1952., 218p.
44. GÓMEZ ALONSO, Paula., La Ética en el s. XX., UNAM., México., 1958., 179p.
45. GONZÁLEZ ALONSO, Carlos., Principios básicos de comunicación., Ed. Trillas., México., 1990., 96p.
46. GONZÁLEZ SIMANCAS, José Luis., Educación, libertad y compromiso., Ed. EUNSA., Pamplona., 1992., 312p.
47. HENZ, Hubert., Tratado de Pedagogía Sistemática., Ed. Herder., Barcelona., 1976., 619p.

48. INNERARITY, Daniel / VAZ, Aires., Información y Derechos Humanos. Actas de las I Jornadas de Ciencias de la Información., Ed. EUNSA., Navarra., 1987., 408p.
49. KRAMSKY STEINPREIS, Carlos de Jesús., Antropología Filosófica Tomista., Ed. Académicas Clavería., México., 1990., 491p.
50. LARROYO, Francisco., Lecciones de Lógica y Ética., Ed. Porrúa., México., 1967., 316p.
51. LÓPEZ MORATALLA, N., et al., Deontología Biológica. Facultad de Ciencias, Universidad de Navarra., Pamplona., 1987., 409p.
52. MAEZTU, María de., El problema de la enseñanza de la moral., Universidad de Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras., Buenos Aires., 1938., 278p.
53. MARTÍNEZ DE SOUSA, José., Diccionario de información, comunicación y periodismo., Ed. Parafino , Madrid., 1992., 579p.
54. MCQUAIL, Denis., Sociología de los medios masivos de comunicación., Ed. Paidós., Buenos Aires., 1972., 165p.
55. MILLÁN PUELLES, Antonio., Persona humana y justicia social., Ed. RIALP., Madrid., 1973., 161p.
56. MORAGAS, M. de., Sociología de la comunicación de masas (Estructura, funciones y efectos)., Ed. Gilli., Barcelona., 1993., 205p.
57. NERICI, Imídeo G., Hacia una Didáctica General Dinámica., Ed. Kapelusz., Buenos Aires., 1990., 541p.
58. OLIVER H., Rogelio., Elección de carrera., Ed. Noriega., México., 1992., 570p.
59. PACIOS, Arsenio., Introducción a la Didáctica., Ed. Cincel-Kapelusz., Madrid., 1981., 171p.

60. PAOLI, J. Antonio., Comunicación e información (perspectivas teóricas), Ed. Trillas., México., 1989., 138p.
61. PELÁEZ, Miguel Ángel., Ética, profesión y virtud, Ed. RIALP., Madrid., 1991., 139p.
62. RALUY BALLUS., Antonio., Ética, Publicaciones Cultural., México., 1986., 235p.
63. RUIZ ELDREDGE, Alberto., et al., El desafío Jurídico de la Comunicación Internacional, Ed. Nueva Imagen., México., 1989., 350p.
64. SAN CRISTOBAL SEBASTIÁN., Antonio., Filosofía de la educación, Ed. RIALP., Madrid., 1965., 422p.
65. SORIA, Carlos., Derecho a la información y Derecho a la honra, Ed. ATE., España., 1981., 139p.
66. UNAM., Guía de carreras 1994, UNAM, Secretaría de Servicios Académicos-Dirección General de Orientación Vocacional., México., 1994., 667p.
67. URIBE O., Hernán., Ética periodística en América Latina, UNAM., México., 1984., 185p.
68. VARIOS., Diccionario de las Ciencias de la Educación, Ed. Aguilar-Santillana., México., D.F., 1987., 1528p.
69. VARIOS., Diccionario de la Lengua Española (Real Academia Española), Ed. Espasa Calpe., España., 1994., Tomo I y II., 2133p.
70. VENTURA CAPILLA, María Teresa., ¿Hombre?, Ed. DHUAI., México., 119p.
71. VERNEAUX, Roger., Filosofía del hombre (curso de Filosofía Tomista), Ed. Herder., Barcelona., 1988., 234p.

72. VIDAL, Marciano., Moral de actitudes (Moral Social)., Ed. PS., Madrid., 1981., 671p.
73. VILLALPANDO, José Manuel., Filosofía de la educación., Ed. Porrúa., México., 1968., 430p.
74. WRIGHT, Charles R., Comunicación de masas (una perspectiva sociológica)., Ed. Paidós., México., 1989., 155p.

HEMEROGRAFÍA

75. KREIMERMAN, Jessica., "Revela encuesta nacional: Ven control en Medios", in., Reforma., no. 106., año 1., México, D.F., viernes 18 de marzo de 1994., p. 1, 8-9., sección A.
76. MUÑOZ BATISTA/DACAL ALONSO., "Relaciones entre Filosofía y Periodismo", in., LOGOS., no. 32., p. 111-128
77. SURIA, Carlos., "Periodista ¿soy o no soy?", in., ITSMO., no. 175., año 1983., p. 7-13

DOCUMENTOS

78. AMAP., Código de Ética Publicitaria., Asociación Mexicana de las Agencias de Publicidad.
79. I.E.S.V.O., Manual de Bienvenida., 15p.
80. I.E.S.V.O., Perfil del Licenciado en Ciencias de la Comunicación.
81. SSA-DGOV., Ciencias de la Comunicación., Facultad de Ciencias Políticas y Sociales., Secretaría de Servicios Académicos-Dirección General de Orientación Vocacional., UNAM