

870124

# Universidad Autonoma de Guadalajara

INCORPORADA A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

42  
Gem



TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

ETICA DE LA COMUNICACION SOCIAL

**TESIS PROFESIONAL**

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

P R E S E N T A

GERMAN OROZCO MORA

GUADALAJARA, JAL.

OCTUBRE 1986



Universidad Nacional  
Autónoma de México



## **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.

I N D I C E

página

Introducción .....	1
<b>CAPITULO I.- <u>ETICA Y COMUNICACION</u>.-</b>	
1.- Conceptos de Etica .....	14
2.- Orígenes de la Moral .....	16
3.- La Recta Razón como Norma Próxima de Moralidad..	28
4.- La Esencia de la Moral .....	31
5.- Las Fuentes de la Moralidad .....	33
6.- La Ley Moral .....	35
7.- Responsabilidad Moral .....	37
8.- Conciencia Moral, Voluntad y Libre Albedrío.....	39
9.- Las Virtudes Morales o Humanas.....	44
10.- Términos de Comunicación.....	56
11.- Conclusiones al Primer Capítulo.....	63-A
<b>CAPITULO II.- <u>CODIGOS DEONTOLOGICOS DE PERIODISMO</u> .-</b>	
1.- Primeras Formulaciones o Antecedentes de la - Deontología Periodística.....	67
2.- Los Principios Universales del Periodismo.....	82
3.- Declaración de Objetivos de la Sociedad Intera- mericana de Prensa (SIP).....	83
4.- Declaración de Principios de la Federación Inter nacional de Periodistas .....	85
5.- La Comisión Mc.Bride y la Etica Periodística....	86
6.- El Derecho Internacional y la Etica Periodística	88
7.- La Declaración de México.....	90
8.- Código Latinoamericano de Etica Periodística....	93
9.- Declaración de la UNESCO sobre Medios de Comuni- cación .....	99
10.- Renovación Moral y Comunicación Social con el - Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos ,Lic.Miguel De La Madrid Hurtado.....	110
11.- Conclusiones al Segundo Capítulo.....	124-A
<b>CAPITULO III.- <u>LA VOZ DE LOS PAPAS SOBRE EL EJERCICIO MORAL DE LA COMUNICACION SOCIAL</u> .-</b>	
a) Consideraciones Previas .....	127
b) Los Papas y la Comunicación Social.....	130
1.- Gregorio XVI (1831-1846).....	133
2.- Pío IX (1846-1878) .....	135
3.- León XIII (1878-1903) .....	137

	<u>Página</u>
4.- San Pío X (1903-1914) .....	141
5.- Benedicto XV (1914-1922).....	144
6.- Pío XI (1922-1939) .....	145
7.- Pío XII (1939-1958) .....	148
8.- Juan XXIII (1958-1963) .....	161
9.- Pablo VI (1963-1978) .....	168
10.- Juan Pablo I (1978-1978).....	179
11.- Juan Pablo II (1978- ? ).....	186
12.- Analogía de Conceptos Morales Papales de Comunicación Social. ....	201
13.- Conclusiones al Tercer Capítulo .....	206-A

CAPITULO IV.-

LA ETICA EN LA EMPRESA DE  
COMUNICACION SOCIAL Y CRITERIOS  
PROFESIONALES DE EMISORES Y  
RECEPTORES DE LA COMUNICACION. -

1.- La Empresa de Comunicación Social.....	210
2.- Empresas de Comunicación Social de México..	215
3.- La Etica en la Empresa de Comunicación Social	218
4.- ¿Qué és un Código de Etica?.....	223
5.- Códigos de Etica en Medios de Comunicación de Jalisco. ....	224
6.- Código de Etica del Comunicador Social.....	229
7.- Criterios Profesionales de Emisores de la - Comunicación Colectiva .....	231
a) Prensa, Rogelio Guzmán, Presidente de la - Asociación Mexicana de Editores (AME).....	231
b) Guillermo Martínez Márquez, Fundador de la Primera Escuela de Periodismo de América La tina y Fundador de la Sociedad Interamerica na de Prensa (SIP) .....	238
c) Alfonso Pérez Vizcaíno, Subdirector de El Sol de Guadalajara, 35 años Periodista Cien- tífico. ....	241
-Código de Etica del Periodista Científico..	243
d) Eduardo "El Guero" Téllez Periodista Poli- ciaco Mexicano por más de 50 años.....	249
e) Francisco Bermeosolo Periodista Investiga- dor, su tesis sobre el "modelo del antiperio- dismo" William Randolph Hearst.....	256
f) Antonio Alcoba y la Etica del Periodismo Deportivo. ....	261

g)	Radio ,Guillermo Camacho ,Subdirector General .....	
	de Notisistema Agencia Informativa Nacional .....	272
	-Límites Constitucionales de la Información .....	276
h)	Televisión,Rómulo O'Farril Jr.,Presidente de Televi sa y Novedades Editores,S.A.....	280
i)	Juan Dosal,15 años Cronista Deportivo de Televisa..	283
j)	Publicidad,Eulalio Ferrer,publicista internacional. por más de 35 años .....	285
k)	Relaciones Públicas,Don Carlos Pizano y Saucedo.... Publirrelacionista Mexicano por más de 30 años.....	290
	-Código de Etica del Publirrelacionista.....	293
8.-	Criterios Profesionales de Receptores de la Comu- nicación Social y Reconocidos Líderas de Opinión de México y Jalisco.....	294
a)	Líderes de Gobierno,Lic.Luis Valdéz Anguiano,Sub- procurador de Justicia del Estado de Jalisco.....	296
b)	Líderes Obreros, Don Heliodoro Hernández Loza..... Senador y Secretario General de la CTM en Jalisco.	299
c)	Salvador Orozco Loreto,Secretario General de la-- CROC en Jalisco .....	302
d)	Líderes Patronales,Lic.Juan Arturo Covarrubias Val- enzuela Presidente del Centro Empresarial de Jalis co.....	304
e)	Líderes Políticos,Lic. Francisco Javier Santillán Oceguera,Presidente en Jalisco del PRI.....	306
f)	Lic. Gildardo Gómez Verónica ,Secretario General - del PAN en Jalisco, y Regidor del Ayuntamiento de Guadalajara.....	309
g)	Lic.Francisco Javier Pérez Romero,Presidente en - Guadalajara, del Comité Directivo del PRI .....	312
h)	Líderes Educativos,Profesor Manuel Lares del Toro- Secretario General del SNTE Sección 16 Jalisco....	316
i)	Lic. Samuel Rivas,Presidente de la Federación de - Asociaciones de Padres de Familia de Jalisco .....	318
j)	Lic. Luis Pazos de la Torre,destacado Economista Mexicano .....	321
k)	Líderes Eclesiásticos,Excmo.Sr.Obispo Adolfo Hernán- dez Hurtado,Encargado de Medios de Comunicación So- cial de la Región Pastoral de Occidente.....	324
9.-	Conclusiones al Cuarto Capítulo .....	327
	CONCLUSIONES GENERALES .....	
	BIBLIOGRAFIA GENERAL .....	

## INTRODUCCION

La importancia de las normas éticas ,morales o deberes del comunicador social es el caso concreto o problemática que como tema central nos proponemos en nuestra tesis.

Ayer, hoy y mañana, los deberes morales que se presentan en una actividad humana como es la comunicación social, son el aspecto más importante para poder realizarnos plenamente quienes nos dedicamos a cualquiera de las áreas que comprende esta rama del conocimiento.

Tenemos así, que una Deontología de comunicación social abarca las áreas de comunicación humana como son :publicidad, relaciones públicas, prensa, radio, cine y televisión.

Las razones ,motivos o causas de nuestro estudio son una inquietud por conocer los límites morales o ético profesionales de nuestra apostólica labor de comunicadores sociales.

Nos motiva saber que hay quienes de una u otra forma como nosotros han encontrado amplia información sobre la función social de algunas áreas de la comunicación, especialmente del periodismo escrito.

No somos la excepción en la búsqueda de datos sobre nuestras obligaciones morales, ya que por ejemplo encontramos en la Hemeroteca de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), distintos documentos.

Por ejemplo la tesis profesional de Fe Gómez Antonio, presentada en 1967 en la Universidad Femenina de México, quien habla de las aptitudes y obligaciones del periodista.

Así también hallamos algunas páginas dedicadas a la Etica Profesional del Periodista, en la tesis titulada "Necesidad de Reqlamentar el Ejercicio Profesional del Periodismo" de José - Juan Castellanos López, de la ya citada Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM , en 1974.

Al hablar en su tesis " La Función Social del Periodismo", 1967, Blanca Guillermina Leyva Gutiérrez de la primer escuela de periodismo en México(en la Universidad Femenina de México), en su cuarto capítulo habla sobre la ética en el periodismo.

Ahora bien, el periodismo escrito es sin duda el quehacer más antiguo que se presenta como área de la Comunicación Social, sin embargo el periodismo escrito no es la única rama de los profesionales de la comunicación colectiva.

El periodismo escrito es un trabajo bien definido del moderno periódico de hoy, que necesita recursos y debe forjar se una imagen social con sus relaciones públicas.

Por cierto que la radio requiere de buenos redactores para sus noticieros, la televisión busca además buenos locutores y

camarógrafos para obtener excelentes imágenes audiovisuales.

Indudablemente el periodismo escrito es la base del periodismo radiofónico y televisivo , de la publicidad y las relaciones públicas.

Los propósitos, objetivos y fines que pretendemos en nuestra tesis es dejar en claro la importancia de la Filosofía Moral o Etica de la Comunicación Social.

Para ello hemos consultado casi 50 libros y realizado más de 20 entrevistas ,que concurren en un punto : UN JUSTO Y LIBRE EJERCICIO DE LA COMUNICACION SOCIAL TENIENDO COMO FUNDAMENTO LA MORAL.

La delimitación de nuestro caso o problemática se sitúa en México y especialmente en Jalisco donde realizamos las entrevistas; sin embargo por pertenecer algunos de los entrevistados a empresas informativas y de comunicación social de cobertura nacional e internacional debemos aclarar que geográficamente el tema es universal.

Los conceptos y términos pertinentes los definimos en su oportunidad ,en el primer capítulo de la tesis, a saber, ética, moral, deontología, comunicación, periodismo, prensa, radio, cine y televisión .

Etica del griego "ethos" que significa costumbre; Moral del latín "mos-moris" costumbre o hábito, y Deontología pala-



bra formada por las raíces griegas "deonto" y "logos", que significan el tratado de los deberes.

Así, comunicación del latín, communicatio-onis, y communicare, significa poner en común o participar a otros de lo nuestro.

Periodismo se refiere a la publicación periódica de información; radio al uso de la radiocomunicación o empleo de ondas hertzianas para comunicarse; televisión o comunicación de imágenes visuales a distancia, y la comunicación cinematográfica que implica la proyección de películas y sonido en pantallas especiales.

La metodología adoptada para exponer nuestra tesis comprende una parte introductoria, cuatro capítulos, cada uno con notas bibliográficas numeradas, las conclusiones y la bibliografía general.

En el primer capítulo exponemos los conceptos de ética; orígenes de la moral, tres pruebas que demuestran que la razón es la norma próxima de la moralidad; la esencia de la moral, las fuentes de la moralidad; la ley moral, la responsabilidad moral, la conciencia moral, la voluntad y el libre albedrío; las virtudes morales y por último los conceptos de comunicación.

Dedicamos el segundo capítulo para exponer aspectos his-

tóricos relativos a las primeras formulaciones deontológicas del periodismo; el proyecto de Código Internacional de Etica periodística; los principios universales del periodismo; los objetivos de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP); la declaración de principios de la Federación Internacional de Periodistas (FIP); la Comisión Mc.Bride y la ética periodística; la declaración de México y el Código de Etica para los periodistas mexicanos.

En el segundo capítulo también señalamos el tema de la Renovación Moral y Comunicación Social con el Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos Lic. Miguel De La Madrid Hurtado; el Código Latinoamericano de Etica periodística, y la declaración de la UNESCO sobre los medios de comunicación.

En el tercer capítulo se presenta el tema La Voz de los Papas sobre el Ejercicio Moral de la Comunicación Social, a partir de 1831 iniciando con Gregorio XVI, para continuar con el período pontificio de Pío IX de 1846 a 1878; de León XIII de 1878 a 1903, de San Pío X de 1903 a 1914, de Benedicto XV entre 1914 y 1922; con Pío XI de 1922 a 1939, con Pío XII de 1939 a 1958, con Juan XXIII de 1958 a 1963, con Pablo VI de 1963 a 1978 con Juan Pablo I de 1978 a 1978 ( sólo 33 días de período papal), y por último con Juan Pablo II quien cuenta con 8 años en el pontificado - 1978 a 1986 - y continúa -

ejerciéndolo. En este tercer capítulo se presenta además una lista de conceptos papales sobre moral de la comunicación colectiva.

Es oportuno en relación a la Deontología de Comunicación Social, considerar que, la Doctrina de la Iglesia sobre prensa, radio, cine y televisión propuesta desde 1831 hasta hoy, por los respectivos Papas, se adelanta en más de 70 años, a las proposiciones éticas del ejercicio profesional de la comunicación colectiva propuesta por las mismas asociaciones y organizaciones de comunicadores sociales de todo el mundo a partir de 1900.

La Iglesia católica muestra una vez más su vigilante actitud en torno al tema de las Comunicaciones Sociales aportando una abundante teoría filosófica moral o ética, del tema.

El cuarto y último capítulo de la tesis se titula La Ética en la Empresa de Comunicación Social, y Criterios Profesionales de Emisores y Receptores de la Comunicación Social.

En este capítulo exponemos, Qué son las empresas de comunicación social, prensa, radio, cine y televisión; es decir un breve panorama conceptual de dichas instituciones o medios de comunicación colectiva.

Al hablar de las empresas de comunicación social de la República Mexicana se cita que hay aproximadamente 1678. Para conocer estos datos acudimos a la Secretaría de Gobernación,-

y la Secretaría de Programación y Presupuesto ,a través de la Dirección General de Geografía, Estadística e Informática .

El Subjefe de la Oficina de Información de la Secretaría de Gobernación Lic. Octavio Campos nos informó que en todo el país se editan normalmente a diario 290 periódicos, aun cuando el Directorio de Tarifas y Datos de Medios Impresos registran un total de 328 periódicos que aproximadamente se imprimen día a día en el país.

En cuanto a radio, la cantidad de estaciones en amplitud, y frecuencia modulada, y onda corta que funcionan en el territorio nacional suman 873; de acuerdo a cifras de la Dirección General de Geografía , Estadística e Informática . De donde se establece además que existen 407 estaciones televisoras distribuidas en México.

Respecto a Cine , un total de 98 compañías productoras cinematográficas son las que se encargan de presentar al público sus respectivas películas de carácter nacional. Cabe mencionar que según cifras de la Secretaría de Programación y Presupuesto , en 1983 uno de los principales espectáculos públicos fue el cinematógrafo del cual se realizaron -tal año- cerca de 832 mil 600 funciones.

La trascendencia de las aproximadamente 1678 empresas de comunicación social nacionales, nos lleva a considerar en el

cuarto capítulo , Cuál es la ética de las empresas de comunicación social. De esta consideración surge la pregunta ¿ Qué és un código de ética ? , a lo que también damos respuesta en su oportunidad.

Además exponemos el resultado de una breve encuesta de investigación a nivel del Estado de Jalisco ,bajo la interrogante ¿ Cuántos medios de comunicación social en Jalisco cuentan por escrito con un código moral para su ejercicio profesional?

La respuesta fué que ninguno absolutamente cuenta con el citado código moral; aunque cabe destacar que todos los medios y sus profesionales afirman conocer las leyes específicas del medio en que laboran ,es decir por ejemplo en el caso de prensa , todos los periodistas conocen por fortuna antes de empezar a desempeñarse , la ley de imprenta reqlamentaria de los artículos 6 y 7 constitucionales , además de que antes de empezar les "leen la cartilla", les señalan sus obligaciones morales periodísticas verbalmente.

Asimismo los profesionales de la radio y televisión destacaron que conocen la ley federal de radio y televisión, específica del medio en que profesionalmente ejercen la comunicación colectiva.

Así que aún cuando no cuentan por escrito con un código moral , sí afirman que conocen verbalmente las normas tradi-

cionales de justicia, libertad, verdad y moralidad; agregando a ello las leyes específicas del medio en que laboran.

Por no contar las principales empresas de comunicación social de Jalisco y del país- en su mayoría-, con un Código de Etica para su labor profesional, nos permitimos en el cuarto capítulo, proponer un Código de Etica para el Comunicador Social. El cual lo hemos elaborado a partir de las normas morales reconocidas por los filósofos clásicos, Platón, Sócrates, Aristóteles, Santo Tomás de Aquino, San Agustín y Soren Kierkegard, entre otros filósofos moralistas.

El Código de Etica del Comunicador Social propuesto para esta tesis, se alimenta asimismo de los conceptos pontificios morales de comunicación social propuestos desde 1831 a 1986 por once Papas, desde Gregorio XVI a Juan Pablo II; además este código está integrado por los principales conceptos de ética periodística propuestos desde 1900 por más de 50 países del mundo y que los incluyen en sus códigos de moral periodística.

Parte integral de este cuarto capítulo son los criterios profesionales de emisores (fuentes) de la comunicación social y para ello exponemos las declaraciones sobre el ejercicio moral del periodismo escrito, radiofónico y televisivo, de personalidades como el Sr. Rogelio Guzmán, actual Presidente de

la Asociación Mexicana de Editores (AME) que agrupa a más de 62 diarios de provincia.

Otras personalidades que exponen sus criterios son ,Don Guillermo Martínez Márquez presidente -fundador de la primera Escuela de Periodismo de América Latina (Cuba), también fundador emérito de la Sociedad Interamericana de Prensa(SIP)que agrupa a 35 diarios del continente americano .

Otros criterios profesionales de emisores de la comunicación humana son los del Dr. Alfonso Pérez Vizcaíno ,actual Subdirector de El Sol de Guadalajara, quien por más de 35 años se ha desempeñado en México como Periodista o Divulgador Científico , entre otras actividades fué Ex-Miembro de la Sociedad Astronómica de México ; incluimos a sus declaraciones el Código de Etica del Periodista Científico.

Otra personalidad del periodismo de quien exponemos sus criterios, es Eduardo "El Guero" Téllez quien participó en el Movimiento Cristero Nacional ,miembro de la Asociación Católica de la Juventud Mexicana (ACJM) ; quien además cuenta con más de 50 años en el ejercicio profesional del periodismo policiaco.

También Francisco Bermeosolo reconocido periodista investigador ,nos habla sobre la moral periodística y el modelo del "antiperiodismo"; por su lado Antonio Alcoba aborda el tema de la ética en el periodismo deportivo .

En cuanto a los profesionales de la radiodifusión, exponemos el criterio del Lic. Guillermo Camacho Subdirector General de la Agencia Informativa de Radio NOTISISTEMA, que enlaza sus - noticieros a 46 radiodifusoras nacionales y extranjeras.

Relativo a los emisores profesionales de la comunicación social por televisión , consideramos las declaraciones del Sr. Rómulo O'Farril Jr. Presidente de Televisa y Novedades Editores , además el criterio de Juan Dosal Cronista Deportivo de Televisa por más de 15 años.

Del área de Publicidad como fuente de comunicación social exponemos las vigencias éticas del publicista , a partir de - las declaraciones y recomendaciones de Eulalio Ferrer quien se ha desempeñado por más de 30 años en el campo publicitario nacional y extranjero.

En cuanto a Relaciones Públicas se expone el criterio de Don Carlos Pizano y Saucedo quien se ha desempeñado por más de 30 años como publicirrelacionista , socio fundador de Profesionales en Relaciones Públicas de Occidente (RELAPO) la segunda asociación más importante en México en esta rama de la comunicación social , asociación de la cual exponemos su Código de Etica del Publicirrelacionista.

Complemento del cuarto capítulo , son los criterios profesionales de receptores de la comunicación social (quienes la reciben ) , y reconocidos líderes de opinión de México y Jalisco,



respecto al ejercicio moral de la comunicación humana.

Para ello consideramos las palabras de líderes gubernamentales como el Lic. Luis Valdéz Anguiano Subprocurador de Justicia del Estado de Jalisco ; como líderes obreros ,estimamos la opinión de Don Heliodoro Hernández Loza ,Senador y Secretario General de la Confederación de Trabajadores de México en Jalisco (CTM).

Asimismo mostramos las palabras del Lic.Salvador Orozco Loreto Secretario General de la Confederación Revolucionaria de Obreros y Campesinos en Jalisco (CROC).

Como líderes de opinión del sector patronal incluimos las consideraciones del Lic.Juan Arturo Covarrubias Valenzuela -- Presidente del Centro Empresarial de Jalisco (CEJ).

Otros reconocidos líderes de opinión considerados en el cuarto capítulo son el Profesor Manuel Lares del Toro ,Secretario General del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación (SNTE) Sección 16 (Jalisco) que agrupa a 34 mil maestros del Sistema Educativo Federal; así también exponemos las palabras del Lic.Samuel Rivas Presidente de la Federación de Asociaciones de Padres de Familias del Estado de Jalisco, que agrupa a un millón de paters familias jaliscienses.

Otro reconocido líder de opinión que habla sobre la moral de la comunicación social , es el Lic. Luis Pazos de la Torre, periodista -economista mexicano .

Para cerrar el cuarto y último capítulo de la tesis se exponen las palabras del reconocido líder de opinión Excelentísimo Señor Obispo de Guadalajara Adolfo Hernández Hurtado , encargado de Medios de Comunicación Social de la Región Pastoral de Occidente.

Por último , terminamos nuestra tesis "Filosofía Moral o Etica de la Comunicación Social " ,presentando las conclusiones y bibliografía general .

CAPITULO PRIMERO.-

ETICA Y COMUNICACION

- 1.- Exposición de conceptos de ética,2.-Orígenes de la moral,3.- La Recta Razón como norma próxima de moralidad,4.- La esencia de la moral,5.- Las fuentes de la moralidad,6.- La Ley moral,7.- Responsabilidad moral,-
- 8.- Conciencia moral,voluntad y libre albedrío,9.-Las virtudes morales o humanas,10.- Términos de Comunicación.

## EXPOSICION DE CONCEPTOS

Es importante antes de profundizar en el tema de la Etica, Moral y Deontología , tener presentes la etimología y la definición de estos tres conceptos básicos para desarrollar nuestra tesis.

ETICA es una palabra cuya etimología proviene del griego "ethos" que significa costumbre o hábito, según la Real Academia Española de la Lengua. ( 1 )

"La ética es una de las principales disciplinas filosóficas también llamada filosofía moral, conforme a la división aristotélica de las ciencias" señala el Profesor Francisco Montes de Oca .( 2 )

La ética o filosofía moral tiene como objeto de estudio los actos humanos en cuanto que son libres y personales; misma que regula la vida moral individual.(3)

Para Adolfo Sánchez Vázquez, Doctor en Filosofía y Catedrático de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) "la ética es la teoría o ciencia moral de los hombres en sociedad"(4)

MORAL es un concepto cuya etimología latina "mos-moris" significa costumbre, (5); relativo a la moral René Simon Profesor del Escolasticado Salesiano de Andrésy señala "siendo una disciplina filosófica , la moral se distingue de los saberes científicos en el sentido moderno del término .Pero se distingue

también de aquellas disciplinas que son solamente especulativas." (6)

Agrega R.Simon que " la filosofía moral engloba la totalidad de la actividad humana.La ética puede definirse como la ciencia de los actos humanos considerados en su orientación hacia el último fin. O también la ciencia normativa de la conducta humana a la luz de la razón." (7)

"Se trata,pues,de una disciplina filosófica y como toda disciplina filosófica tiene relación con el ser,el ser del cual se trata aquí es del acto moral, es decir , esta plenitud de perfección ( o esta carencia , si se trata de un mal) que es también una plenitud de ser y que hace que un acto sea -- moralmente bueno ."

DEONTOLOGIA es un concepto cuya raíz griega "deon" y "logos ", quieren decir el tratado de los deberes.Se trata de un término creado por Jeremy Bantham para designar la ciencia de la moralidad o tratado de los deberes.(8)

## ORIGENES DE LA MORAL

"Las doctrinas éticas fundamentales surgen y se desarrollan en diferentes épocas y sociedades "señala Adolfo Sánchez Vázquez, ello como una respuesta a las dificultades fundamentales planteadas por las relaciones humanas y en particular - por el comportamiento moral individual efectivo.

"Ética e historia se hallan ,pues,doblemente relacionadas: a) con la vida social, y dentro de esta con las morales concretas que forman parte de ella, b) con su historia propia,ya que cada doctrina se halla en conexión con las anteriores(al tomar posición contra éstas o hacer suyas algunos problemas y soluciones precedentes), o con las doctrinas posteriores(al prolongarse o enriquecerse en ellas)."(9)

Sobre los orígenes de la moral ,cabe recordar cómo los Sofistas en el siglo V antes de Cristo ,al tratar de la ética griega desarrollan y transmiten el arte de la persuasión desconfiando no sólo de conceptos tradicionales, sino de la existencia de argumentaciones verdaderas y normas de validez universal. Para los Sofistas no hay verdad ni error , y las normas por ser propuestas por hombres son transitorias .

Con la filosofía moral socrática encontramos una concepción del bien como felicidad del alma, y de lo bueno como útil a la felicidad. Sócrates estimaba que la virtud es la ca-

pacidad radical y última del hombre -como conocimiento-, el vicio como ignorancia (el que obra mal es porque ignora el bien por tanto nadie hace el mal voluntariamente).

Para Sócrates lo bueno, la ciencia y la felicidad se relacionan íntimamente. El hombre actúa rectamente cuando conoce el bien, pues al conocerlo no puede dejar de ejercerlo; y por otra parte al buscar el bien se siente dueño de sí mismo y es por lo tanto feliz.

Platón estimó en sus tratados filosófico morales que mediante la razón como facultad superior y distintiva del hombre el alma se eleva a través de la contemplación del mundo de las ideas. El último fin humano es purificar o liberarse de lo material para contemplar lo que realmente es, y principalmente - la idea del bien .

"Para alcanzar esta purificación hay que practicar diferentes virtudes, que corresponden a cada una de las partes del alma y consisten en su funcionamiento perfecto: la virtud de la razón o prudencia; la de la voluntad o ánimo, la fortaleza; y la del apetito la templanza.

"Estimaba Platón que el individuo por sí solo no puede acercarse a la perfección, se hace necesario el estado o comunidad política. El hombre bueno lo es como buen ciudadano. La idea del bien solo se realiza en la comunidad. La ética desemboca necesariamente en la teoría política." Señala S. Vázquez

La filosofía moral aristotélica consideraba que el último fin humano es la felicidad, comprendiendo por ésta la vida teórica o contemplativa, como actividad del hombre guiada por lo que hay de más propio y elevado en él: LA RAZON.

Esta actividad no es accidental u ocasional, sino se alcanza por la adquisición de hábitos, costumbres o modos constantes de obrar que son: LAS VIRTUDES.

Ser feliz se logra mediante la virtud, conociendo ésta, para lo cual se necesitan algunas condiciones: madurez, bienes externos, libertad personal, salud, etc. aunque por sí solas no basten para ser feliz.

La ética aristotélica-como la platónica-está estrechamente asociada a su filosofía política, para estos dos pensadores la comunidad social o política es el medio necesario para la moral.

Otras corrientes filosóficas que surgen en la antigüedad son el Epicureísmo y el Estoicismo. Para estas dos corrientes del pensamiento humano, el problema moral se plantea considerando como escenario la necesidad física natural del universo. Para epicureístas y estoicos la física es la premisa de la ética.

Los estoicos consideraban que el supremo bien es que el hombre viva conforme a la naturaleza o sea conforme a lo racional, teniendo conciencia de nuestro destino y compromiso en el universo, sin dejarse arrastrar o influenciar por pasiones



o afectos interiores ,o por causas exteriores, practicando para ello la imperturbabilidad o apatía.

"El hombre (el sabio) se afirma frente a sus pasiones o frente a los golpes del mundo exterior y conquistando su libertad interior así como su autoarquía (autonuficiencia)absoluta.

"El individuo se define así moralmente, sin necesidad de la comunidad como escenario necesario de la vida moral.El estoico vive moralmente como ciudadano del cosmos(mundo ) no de la polis." Agrega Adolfo Sánchez V.

Para los pensadores epicureístas lo bueno o el bien es el placer , pero no todos los placeres son similarmente bondadosos. Tenemos que seleccionar entre ellos para encontrar los más perennes, duraderos y estables, que no son los corporales (pasajeros e inmediatos) sino los anímicos o espirituales;es decir los que traen la tranquilidad y la paz al alma.

El surgimiento del Cristianismo como doctrina filosófica moral influye sobre la ética en general .Así para los cristianos ,lo que el hombre es y lo que debe procurar se definen en relación con DIOS. El ser humano viene de DIOS y toda su conducta incluso la moral ha de apuntar a El como objeto supremo.

El cristianismo virtuoso expresa la superioridad de lo divino.Aunque toma para sí como virtudes cardinales,la prudencia, fortaleza,templanza y justicia,proclamadas en la ética de Platón y que son las meramente morales;admitiendo el Cristianismo unas virtudes superiores o teologales:fe,esperanza y ca

ridad.

Adolfo Sánchez Vázquez indica que "en la edad media al subordinarse la filosofía a la teología se le subordina también la ética. Para la elaboración conceptual de los problemas filosóficos y morales en particular, se aprovecha el legado de la antigüedad y particularmente al de Platón y Aristóteles, somatiéndolos respectivamente a un proceso de cristianización. Lo anterior se refleja especialmente en la ética de San Agustín (354-430) y de Santo Tomás de Aquino (1226-1274).

"La purificación del alma, en Platón, y su ascenso liberador hasta elevarse a la contemplación de las ideas, se convierte en San Agustín en la elevación ascética a DIOS, que culmina en el éxtasis místico o felicidad que no puede ser alcanzada en este mundo.

"La ética tomista coincide en sus rasgos generales con la ética de Aristóteles, teniendo en cuenta que se trata de cristianizar su moral como en general su filosofía." (10) (más adelante expondremos varios argumentos tomistas relativos a la conducta moral).

Pasamos ahora de la moral enmarcada por la religión cristiana -que aun hoy sigue normando las actividades humanas- a una ética antropocéntrica del mundo moderno que se sitúa en la época del siglo XVI al XIX.

Explica Adolfo Sánchez Vázquez que el hombre adquiere un valor propio no sólo como ser espiritual, sino además carnal, sensible y no sólo como ser racional, sino de voluntad. Su na-

turalidad no solamente se observa en la contemplación, sino en la acción.

"El hombre aparece en el centro de la moral. Con René Descartes la filosofía está al servicio de la tarea de formar un hombre nuevo de acuerdo a su naturaleza racional. Para Emmanuel Kant el hombre como conciencia cognoscente o moral, es ante todo, un ser activo. El sujeto-la conciencia moral-, se da a sí mismo su propia ley. Es un hecho indiscutible -aclara Kant- que el ser humano se siente responsable de sus actos y tiene conciencia de su deber. Pero esta conciencia exige suponer que el hombre es libre.

"La buena voluntad es la que actúa por puro respeto al deber sin razones distintas de las del cumplimiento del deber o de la sujeción a la ley moral. Lo que manda la buena voluntad es universal por su forma y no tiene un contenido concreto: se refiere a todos los hombres, en todo tiempo y en todas las circunstancias y condiciones. Si el hombre obra por puro respeto al deber y no obedece a otra ley que la que le dicta su conciencia moral, él es -como ser racional puro o persona moral- su propio legislador." Afirma Emmanuel Kant.

Otros filósofos contemporáneos que expusieron sus teorías éticas ,son Jean Paul Sartre y Soren Kierkegard.Este último distingue de acuerdo con el grado de autenticidad de la existencia individual tres jerarquías o estados de ella:religioso , ético ,y estético.

"El estudio superior es el religioso,porque la Fé que la sustenta es una relación personal, puramente subjetiva con - DIOS. Lo ético ocupa un escalafón inferior,aunque superior a lo estético" apunta Sánchez Vázquez (11)

"Para Jean Paul Sartre el hombre es libertad. Cada uno de nosotros es absolutamente libre y muestra su libertad siendo lo que ha elegido ser. La libertad es además la única fuente de valor. Cada acto o cada individuo vale moralmente no por someterse a una norma o valor establecidos sino por el uso - que hace de su propia libertad.

"El hombre para Sartre se define por su ética"

' En las corrientes éticas de nuestro tiempo se agrupan el Neopositivismo y la Filosofía Analítica, las cuales concentran su atención en el análisis del lenguaje moral, teniendo como exponentes a los autores Ayer,Hare,Nowell-Smith y Toulmin.

Ayer en su corriente filosófica destaca los conceptos é ticos , que para él no describen ni representan nada por la - simple razón de que no existen las mencionadas propiedades co

mo bueno, deber, etc., son sólo expresiones emocionales del sujeto.

Para Adolfo Sánchez Vázquez el neopositivismo y la filosofía analítica al reducir la tarea de la ética al análisis del lenguaje moral, considera de ella su aspecto ideal o la forma lingüística de los juicios y términos morales, evadiendo o soslayando las grandes cuestiones éticas, mismas que no deben ignorarse.

Otra doctrina filosófica actual es la expuesta por Karl Marx, sobre ello consultamos la obra "Moral, Marxismo y Etica en la Unión Soviética" del autor J. de Graaf (12)

El mismo de Graaf aclara que Marx no se ocupó nunca directamente de la ética, en vano se buscarán en su obra definiciones precisas o conceptos éticos. "Así quien parta de la idea preconcebida de que Marx en lo que respecta a la ética, pensó como un determinista puro, perderá sus ilusiones al leer en la Sagrada Familia, de 1844-1845:

"La historia no hace nada... es el hombre real y vivo quien lo hace todo. La historia no se sirve del hombre para realizar sus fines propios como si fuera una persona en sí! La historia no es otra cosa que la actividad del hombre, que persigue sus propios fines.

"O bien:... de la crítica de la religión debe concluirse que el hombre es el ser supremo para el hombre. Esta crítica

desemboca en el imperativo categórico de terminar con todas las relaciones sociales que degradan al hombre, le esclavizan hacen de él un ser abandonado y despreciable (Crítica de la Filosofía del Derecho de Hegel.) "

La ética marxista es antropocéntrica "el hombre es el ser supremo para el hombre" su imperativo categórico es acabar con todas las relaciones que degradan al hombre, le esclavizan, hacen de él....."

La posición "moral" marxista hace a un lado la evidente existencia de un Ser Supremo, Creador y Ordenador del Universo, DIOS .

Karl Marx al describir la deshumanización de los obreros por el capitalismo ataca los principios sociales del Cristianismo . Para él "los principios cristianos predicán la cobardía , el desprecio de sí mismo , la sumisión , en fin todas las cualidades del canalla. El proletariado que no quiere ser tratado como canalla, necesita, mucho más que el pan, ser valeroso , consciente de sí mismo , tener orgullo e independencia" (13)

La "filosofía moral" o "ética marxista" rechaza los postulados cristianos , alejándose además del pensamiento socrático, platónico, aristotélico, agustiniano, tomista y de Soren Kierkegard, que reconocen a DIOS como ser Supremo y Perfecto, Creador del Universo .

Un pretepdido "ethos" marxista se opone así a la propiedad privada considerándola como un robo, y proponiendo un levantamiento o lucha de clases para acabar con la injusticia social.

Karl Marx no coincide ni con los filósofos clásicos en sus concepciones éticas, mucho menos con uno de sus contemporáneos humanistas como Soren Kierkegard . Para Soren K. la vida fuera de la religión se caracteriza por la duda, la sensualidad y la desesperación , enfermedad mortal que sólo puede curar el Cristianismo .

Marx afirmó que la Doctrina Social Cristiana era para cobardes y canallas, destacando que la religión era el opio del pueblo ; contraponiendose a su contemporáneo Kierkegard - quien demostró que el estudio superior humano es el religioso, después el ético y por último el estético .

Al exponer sus teorías filosófico morales , los distintos pensadores; Platón , Aristóteles, Sócrates, Santo Tomás, San Agustín , los Estóicos , Epicureístas, Kantianos y Sartrianos, coinciden en que :LA RAZON ES LA FACULTAD QUE DISTINGUE Y ELEVA AL HOMBRE .

El hombre como ser libre y consciente posee una cualidad, la RAZON ,definida como la facultad de discernimiento o discutir del entendimiento . (14)

Por su parte los principales filósofos ,reconocen la exis-

tencia de DIOS como ser Supremo y Creador del Universo. Así tenemos que la filosofía platónica concibe a DIOS como artífice del mundo teniendo como cima la idea del bien, a la cual el hombre puede elevarse con la razón.

Para Aristóteles sólo hay un ser que es acto puro, sin potencia, DIOS. Los estoicos estiman que el mundo es un gran ser único que tiene como principio, alma o razón, a DIOS, que es su Ordenador y Animador. Por su lado Santo Tomás de Aquino, San Agustín de Hipona y Soren Kierkegard parten de una ética enmarcada en el ámbito religioso -teológico, manteniendo siempre una posición Teocéntrica.

Ahora bien, nuestra posición ante las doctrinas filosóficas expuestas aquí, es de reconocimiento en cuanto a que el hombre es un ser que razona y con esta facultad logra conocer la existencia de un Ser Supremo a quien llamamos DIOS.

La existencia de Dios como argumenta Tomás de Aquino, se conoce no por intuición o demostración a priori, sino a posteriori, deduciendo de los efectos causados a la causa sin causa o primer motor. (15)



Ante la necesidad de enmarcar nuestra tesis profesional en cualquiera de las corrientes filosófico morales, y servirnos de ellas para integrar una Filosofía Moral o Ética para la Comunicación Social, consideraremos el pensamiento aristotélico-tomista para nuestro propósito.

Por la profundidad con que tratan la teoría moral y por la abundante bibliografía relativa al tema, concebido por Aristóteles y Santo Tomás, es conveniente integrar a partir de estos dos pensadores, una DEONTOLOGIA PARA LA COMUNICACION COLECTIVA.

Debe quedar claro, que, se entiende por deontología de comunicación social, el conjunto de deberes o principios morales que regulan la actividad humana de los profesionales de este campo de trabajo.

Enmarcaríamos dentro del ámbito de la comunicación social a quienes cuentan con un grado académico o universitario, y a los profesionales que no habiendo estudiado en alguna institución particular o pública, desempeñan su trabajo autodidácticamente, en forma responsable.

Así, en base al pensamiento de Aristóteles y Tomás de Aquino, y apoyándonos en varios autores, integraremos una FILOSOFIA MORAL PARA LA COMUNICACION SOCIAL que abarque los distintos medios de comunicación y sus áreas.

Radio, Cine, Televisión y Prensa, son instrumentos que manejan la información, el entretenimiento, la publicidad, las relaciones públicas y la educación, medios y áreas de la comunicación humana que deben conocer los principios morales por parte de quienes los emplean, a fin de cumplir con sus propósitos sociales.

#### LA RECTA RAZON COMO NORMA PROXIMA DE MORALIDAD.-

La evolución de los estudios relativos a la filosofía moral o ética, lleva a la conclusión de que una recta razón es la norma próxima de la moralidad.

Diríamos que una comunicación social será moral cuando los profesionales del área trabajemos con una recta razón. Pero ¿porqué la recta razón es la norma próxima de la moralidad? y ¿porqué la bondad o valor moral del acto humano reside en su conformidad con la recta razón ?.

1.- Porque la razón es el principio formal del acto humano.

2.- Porque el objeto de la voluntad es un objeto propuesto por la razón, y,

3.- Porque la razón es el principio de los actos humanos.

Al respecto Santo Tomás de Aquino explica que el bien de cada ser está hecho de lo que conviene a su forma; el mal de lo que se le opone. Pero la forma del acto humano es la razón. El bien del acto humano le viene pues, de su "conformidad con la -

razón"; el mal de su "no -conformidad". (16)

Así el acto humano no alcanza su cualidad de tal sino por la razón, ya que la voluntad es, en cierta manera, el apetito de una razón, el dinamismo de una idea, y que en la implicación -recíproca de la inteligencia y la voluntad, la primera proporciona a la segunda su luz y su especificación, la voluntad a la inteligencia su impulso de realización.

Continúa argumentando Santo Tomás que el bien del hombre en el orden del obrar, es ser conforme a lo que hace que el hombre sea hombre, "si se conviene en definir al hombre por la libertad ésta será el valor normativo de la acción. Si se le define como una célula social, no debe hacer más, para ser él mismo, que conformarse con las normas de la razón, es por la conformidad del acto con la razón la que hará de él un acto moralmente bueno; el hombre se realizará como hombre, realizándose con la razón." (17)

Para demostrar con un segundo argumento que la razón es la norma próxima de la moralidad, Santo Tomás señala que el objeto de la voluntad es un objeto propuesto por la razón. La explicación tomista es que la voluntad es buena o mala según la bondad o malicia de su objeto. Pero el objeto de voluntad es precisamente en cuanto es presentado por la razón, Así, pues, la bondad o malicia moral de la voluntad (del acto humano) dependen de la razón, de la misma manera que dependen del objeto.

Una tercera y última prueba tomista sobre la recta razón como norma próxima de la moralidad es, que la razón es el principio de los actos humanos. "La razón es el principio de los actos humanos porque a ella pertenece aprehender y constituir los valores y fines del obrar, y orientar a ellos su conducta humana. Pero como lo que es principio en un género (humano), es medida y regla de todo lo que se refiere a este género. Por tanto : LA RAZON ES LA REGLA Y MEDIDA DE LOS ACTOS HUMANOS."

"Si la función de la razón es la de conducir al hombre a su fin, de llevarle a realizarse, esto no puede hacerse más que por la opción de ciertos valores de acción. Pero si la inserción de estos valores en la existencia corresponde al mismo de la voluntad, su actuación misma depende de la razón en la medida en que le corresponde proponer el fin último y los fines intermedios, deliberar, juzgar e imperar con relación a los medios."

Podemos concluir en base a los argumentos de Santo Tomás que la razón es la regla o la norma moral del acto humano, tanto si se toma el acto en su relación con el objeto, las circunstancias o el fin, puesto que el objeto, las circunstancias y los fines no califican moralmente al acto, más que por su relación con la razón.

## LA ESENCIA DE LA MORAL

La esencia de la moral es un conjunto de normas aceptadas libre y conscientemente que regulan la conducta individual y social de los hombres.

En la moral encontramos dos planos: el normativo (ideal), y el fáctico (real) o práctico ; para los cuales algunos autores como René Simon y Adolfo Sánchez Vázquez proponen los términos moral y moralidad -respectivamente-, válidos también para nosotros. (18)

La moral designaría el conjunto de principios, normas, imperativos o ideas morales de una época o una sociedad dadas, en tanto que la moralidad haría referencia al conjunto de relaciones efectivas o actos concretos con un significado moral con respecto a la ética o filosofía moral dada.

La moral es el conjunto de ideas o normas éticas, la moralidad es la ética en acción o ejercitada. Así, la moral como toda ciencia práctica y por la misma naturaleza de su objeto (un operable ; la acción humana conforme a sus fines) no se propone conocer sólo por conocer, sino conocer para dirigir la acción.

Una ética de la comunicación social se propone entonces conocer para dirigir la acción de los profesionales del área para lograr sus propósitos humanos. Más adelante expondremos una

analogía de concepciones éticas y deontológicas, que destacan las virtudes o hábitos buenos que debe poseer un profesional de la comunicación social para perfeccionarse y alcanzar sus fines.

Para una mejor comprensión se enlistarán -posteriormente- una serie de conceptos de las virtudes humanas que coinciden con los conceptos morales expuestos en más de 50 Códigos de ética periodística de América Latina y de otros países.

Cabe considerar -ahora- que algunas virtudes confieren la simple capacidad de obrar bien, otras confiriendo esta capacidad, añaden el buen uso de la misma. "A diferencia de las virtudes intelectuales, las virtudes morales aseguran la perfección del acto y del agente" enfatiza Santo Tomás de Aquino. (19)

"El valor moral-además -tiene la urgencia de la acción: en un momento dado debo escoger y obrar, abstenerme sería también una forma de situarme con relación al valor moral. Puedo aplazar la ejecución de un trabajo si ningún deber me obliga a hacerlo; no puede evitar obrar, y aplazar este trabajo si obedece a una intención moral," explica René Simon (20)

"Los valores morales también son profundamente personales porque es en la posesión de sí mismo en que el hombre ejerce su existencia y le confiere un sentido. Sólo lo que tiene una significación humana puede ser valorado moralmente, pero,

sólo a los actos o productos que los hombres pueden reconocer como suyos, es decir, los realizados consciente y libremente, se les puede atribuir una responsabilidad moral."

#### LAS FUENTES DE LA MORALIDAD

Los elementos o fuentes que en relación con la recta razón constituyen la moralidad de los actos humanos son tres: el objeto, las circunstancias y el fin del acto. Para explicar estas fuentes o elementos, consultamos el curso de Etica a partir de la filosofía tomista .(21)

"El objeto es aquello hacia lo cual el acto tiende de inmediato por su misma finalidad interna, aquello a lo cual apunta directamente. El objeto es lo que determina la voluntad y su acto en la línea de la causalidad formal. Se trata del objeto en su ser moral en su relación con la razón.

"Las circunstancias es el conjunto de condiciones que acompañan la realización del acto, que lo sitúan y se añaden a la calificación que recibe del objeto, como los accidentes se añaden a la sustancia: circunstancias de tiempo, de lugar, de oportunidad, etc.; individualizan en cierto modo el acto moral.

"El fin de que se trata aquí es del FINIS OPERANTIS, el objetivo o la intención del acto interior de la voluntad, el motivo del acto, la razón por la cual lo realizó. Por otra parte tenemos que considerar por separado la moralidad del acto

interior y del exterior. Entendiendo por acto interior aquel actuar u obrar que emana directamente de la voluntad. Según Santo Tomás el obrar interior se diferencia del acto imperado, que se llama también acto exterior."

La postura tomista señala que "o bien las circunstancias están contenidas en el acto de voluntad o acto interior como lo que es querido, y entónces se convierte en objeto del querer; o bien las circunstancias conciernen al ejercicio mismo - del querer , y el hombre debe querer siempre el bien , y entónces la malicia , si la hay , debe proceder de otra parte."(22)

"El acto exterior en ejercicio depende de la recta razón. En sí mismo el acto externo depende moralmente del objeto y de las circunstancias en relación con la regla de la razón. Considerado en relación con el fin , el obrar externo y su moralidad está en función de la moralidad de la intención en su relación con la razón."



## LA LEY MORAL

La ley es ante todo un hecho de razón-según la postura tomista- con miras al bien común ,promulgada por el que tiene a su cargo la comunidad.(23)

Lo propio de la ley es conducir a la realización de ciertos fines. Otro elemento de la ley es el bien común,que es un bien humano, y como tal, está esencialmente al servicio de la persona humana. En lo material como en lo espiritual,el bien común es el conjunto de bienes o beneficios necesarios a la vida del hombre.La persona humana propia del comunicador social es a la vez cuerpo y espíritu, por razón de su propia naturaleza ,es apertura a DIOS ,al otro y al mundo.

Apertura a DIOS de quien procede su ser de persona subsistente en una naturaleza racional; practica su existencia y desarrolla su actividad profundizando en cierto modo su esencial dependencia ontológica de DIOS.

Es apertura a su prójimo o semejante por las comunicaciones intersubjetivas y las relaciones recíprocas de todos los órdenes,reciprocidad del tú y del yo, que debe ser entendido como condición de posibilidad. Es apertura al mundo ,al que está ligado de manera especial por su cuerpo y su alma.

" En la diálética que une al hombre con el mundo material, es el mundo material el que está al servicio de la persona, porque: la parte principal y más noble de un todo subordina así a los demás " apunta Santo Tomás . (24)

## RESPONSABILIDAD MORAL

Quienes trabajamos en los medios de comunicación social tenemos una responsabilidad moral de informar ,educar,entretener y orientar ,bajo una serie de normas éticas,y jurídicas también.

Los estudiosos de la filosofía moral o ética afirman que uno de los índices fundamentales del progreso y desarrollo moral es la elevación de la responsabilidad de los individuos o grupos sociales en su comportamiento moral.

Por ello enriquecer la vida ética o moral implica la elevación de la responsabilidad personal, de ahí que se requiere determinar las condiciones de tal responsabilidad.

Adolfo Sánchez Vázquez ,Doctor en Filosofía ,y Catedrático de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) aclara: " el hecho de la responsabilidad moral se halla estrechamente ligado al de la necesidad y libertad humanas." (25)

"Sólo si se admite que el agente tiene cierta libertad de opción y decisión cabe hacerle responsable moral de sus actos. Para Aristóteles una persona es moralmente responsable de sus acciones cuando NO IGNORA las circunstancias ni las consecuencias de su acción , o sea, que su conducta tenga un carácter CONSCIENTE. También es necesario que la causa de sus actos esté en él mismo (o causa interior),y no en otro agente(o causa ex-

terior) que le obligue a actuar en cierta forma, pasando por encima de su voluntad, es decir, que su conducta sea LIBRE.

"Cuando Aristóteles señala la ausencia de coacción exterior como condición necesaria de la responsabilidad moral, ello no significa que el agente no pueda resistir, en ningún caso, a dicha coacción, y que siempre que se encuentre bajo ella no sea responsable moralmente de lo que hace. Si dicha condición se postulara en términos absolutos se llegaría, en muchos casos, a reducir enormemente el área de la responsabilidad moral."

Sánchez Vázquez añade que "esa reducción sería menos legítima tratándose de actos cuyas consecuencias afectan profundamente a amplios sectores de la población o a la sociedad entera. (26)." "Cleptomanía, neurósis o un desajuste sexual impulsan de un modo irresistible, respectivamente a robar, matar y ofender de palabra, estos son tres casos extremos de coacción interna y a la que el sujeto no le es posible resistir en modo alguno. Normalmente, esta coacción interior no es tan poderosa como para anular la voluntad del agente e impedirle una opción y, por tanto, contraer una responsabilidad moral en cuanto que mantiene cierto dominio y control sobre sus propios actos."

Así dentro del ámbito de la comunicación social, los profesionales del área sólo serán responsables moralmente de

sus actos si poseen conciencia y libertad de su obrar. Queda claro que una coacción exterior o interna ( en extremo imposible de controlar por propia voluntad) eximen al Comunicador Social de su responsabilidad moral.

#### CONCIENCIA MORAL, VOLUNTAD Y LIBRE ALBEDRIO.

Un comunicador social como ser humano posee una conciencia moral, voluntad y libre albedrío .La conciencia ética censura o aprueba después de la acción , obliga, prescribiendo o prohibiendo antes de la acción ; advierte René Simon. (27)

La posición tomista sobre la conciencia moral es : " El acto de conciencia, es, en efecto, el punto de convergencia de múltiples hábitos de conocimiento ,juicio de valor acerca de la acción hecha por su autor, se ilumina con la luz suprema de la ley natural o sindéresis y de sus preceptos fundamentales, con los conocimientos que la ciencia moral pone a nuestra disposición, con aquella forma de conocimiento que se llama experiencia de la vida y cuyo papel es tan importante , a la vez memoria del pasado y prontitud en la apreciación de la situación presente."

En palabras de Luis G.Arroyo Ruano ,autor de la "Deontología Jurídica" editada por la Universidad Autónoma de Guadalajara , "la realidad de la conciencia moral es un hecho de experiencia universalmente admitido." (28)

"La noción de conciencia es el juicio práctico que la recta razón pronuncia sobre la bondad o malicia del acto que se ha de ejecutar u omitir".

Respecto a la voluntad y libre albedrío ,Tomás de Aquino considera que "la voluntad sigue al entendimiento ,no le precede,y apetece aquello que le presentan como un bien que sacia por completo el apetito." (29) "Empero elige libremente entre aquellos otros bienes cuya apetencia depende de un juicio variable . La elección sigue,por consiguiente , al último juicio práctico,y a la voluntad toca determinar cuál sea el último."

Ahora bien es importante considerar que hay varias clases de conciencias, y quienes trabajamos en cualquier área de la comunicación colectiva ,debemos tener presente que buscamos la perfección en nuestra labor profesional, y para ello es necesario conocer estos tipos de conciencias para salir de toda duda que pueda truncar o frustrar nuestros objetivos.

Remitiéndonos a Luis G. Arroyo Ruano ,consideraremos las clases de conciencia que pueden presentarse en el hombre:

"Conciencia Recta o Verdadera, es la que juzga las realidades tales como son:bueno lo que realmente es bueno; malo lo que es malo, lícito lo permitido, e ilícito lo no permitido.

"Conciencia Errónea o Falsa, es la que tiene por buena la acción mala , y por mala la acción buena; por ilícito lo lícito; por obligatorio lo que es de consejo o viceversa.

"La conciencia errónea puede ser venciblemente errónea cuando con la debida diligencia se hubiera podido salir del error. O puede ser invenciblemente errónea cuando no ha podido vencerse el error por los medios ordinarios.

"Conciencia escrupulosa es la que con desasociado y fundada en motivos fútiles teme que exista error en actos buenos e indiferentes.

"Conciencia laxa o relajada es la que fundándose en motivos leves tiene por permitido lo que no lo es, y por leves las culpas graves.

"Conciencia cierta es la que juzga sin temor razonable de engañarse, que determinada acción está mandada o permitida o prohibida.

"Conciencia perpleja es la que en presencia de dos preceptos que no pueden observarse simultáneamente, teme pecar cualquiera que sea el partido que elija.

"Conciencia dudosa es la conciencia incierta y vacilante respecto a la bondad o malicia de determinado acto.

"Conciencia probable es la que juzga sobre la moralidad de un acto apoyándose en la opinión de personas prudentes que la tienen por bien fundada, sin que se excluya todo temor de equivocarse.

"Conciencia improbable es la que juzga sobre la moralidad del acto según la opinión que las personas prudentes tienen

por infundada."

Ya que abordamos el tema de la Conciencia, y por la trascendencia del tema para nuestra tesis sobre la Filosofía Moral o Ética de la Comunicación Social, hablaremos de nueve reglas de conciencia tomadas de la obra de Luis G. Arroyo. (30)

"1.- Nunca se debe obrar contra la propia conciencia aun que sea errónea, cuando manda o prohíbe alguna cosa, siempre y cuando se reconozca -a tiempo- que se actuó en el error, corrigiendo nuestras costumbres o algún mal si este se realizó.

"2.- Sólo está permitido obrar según la propia conciencia cuando se tiene certeza moral de la licitud del acto.

"3.- Se debe obedecer a la conciencia recta, cumpliendo lo que prescribe y evitando lo que prohíbe y respetando lo que aconseja como medio de perfección.

"4.- Débese obedecer a la conciencia invenciblemente errónea en lo que manda, y se le puede seguir en lo que permite. (Sic)

"5.- No puede seguirse la conciencia venciblemente errónea porque en ella es voluntario y culpable el error., 6.- No puede seguirse ni la conciencia escrupulosa, ni la conciencia laxa.

"7.- Se debe seguir siempre y en todo a la conciencia cierta.

"8.- Si la conciencia perpleja es venciblemente errónea ha de rectificarse el error, pero si es invenciblemente errónea, débese escoger el mal menor.



"9.- Nunca está permitido obrar en la duda práctica de la bondad o malicia moral de un acto que hay que ejecutar en el momento presente pues el obrar dudoso quiere cualquier acción buena o mala , y se encuentra en el error por obrar con duda e indiferencia."

## LAS VIRTUDES MORALES

Desde el punto de vista moral , el individuo ha de estar siempre en forma, preparado o dispuesto , y esto es lo que - tradicionalmente se quería decir al hablar de un individuo - virtuoso, como siempre dispuesto a practicar lo bueno , a preferir el bien , y a realizarlo. La virtud es un hábito y disposición del hombre para las acciones conforme a la ley moral y que se ordenan a la bienaventuranza.

La palabra VIRTUD deriva de la voz latina Virtus que significa actividad o fuerza de las cosas para producir o causar sus efectos ;según el diccionario de la Real Academia Española.(31)

Adolfo Sánchez Vázquez Catedrático de la UNAM estima que "la moralidad del individuo y su contribución a la moralización de la comunidad , se logra justamente adquiriendo esas disposiciones o capacidades para querer lo bueno , y obrar en un sentido valioso." (32)

"Desde la antigüedad griega hasta hoy, no ha cambiado el concepto de virtud como hábito para hacer el bien, aunque los tratadistas no se han puesto de acuerdo en el número de virtudes morales." Aclara S. Vázquez.

(33) Santo Tomás de Aquino señala que a diferencia de las virtudes intelectuales ,las costumbres morales perfeccionan el acto y al agente humano. Para Aristóteles la virtud consiste,

a su vez , en el término medio entre dos extremos (un exceso y un defecto). Las virtudes prácticas o morales o éticas, que él distingue de las ideales, teóricas o dianoéticas, son la prudencia, justicia, fortaleza, templanza, laboriosidad, amistad, etc. (34)

Ahora bien, es conveniente, antes de exponer de lleno el abundante material existente respecto a los deberes o normas morales del Comunicador Social , enlistar las virtudes humanas y su coincidencia con los conceptos deontológicos incluidos en Códigos Morales de más de 50 países del mundo , y su semejanza también con la Doctrina de la Iglesia sobre Prensa, Radio, Cine y Televisión.

Para tal propósito consultamos las obras: "Ética Periodística en América Latina " de Hernán Uribe O. (35); el libro "Educación de las Virtudes Humanas " de David Isaacs, (36); y el texto "El Derecho a la Verdad " de Jesús Iribarren, (37), en los cuales respectivamente se exponen las distintas concepciones deontológicas de comunicación colectiva.

Aclaremos que las virtudes humanas (o hábitos buenos) son las mismas virtudes morales reconocidas en la Antigüedad por Aristóteles, Platón, Santo Tomás, San Agustín; las normas éticas , virtudes o hábitos periodísticos buenos, se describen en los códigos de ética periodística que integramente reproducimos.

Por ahora expondremos -por su interés - la coincidencia ética o filosófica moral de la Antigüedad, con la Moral Perio-

dística del Siglo XX, y la Doctrina de la Iglesia sobre Prensa, Radio, Cine y Televisión, expuesta desde 1831 a 1986 por los distintos Papas.

En la columna de la izquierda se enlistan los conceptos reconocidos en la Antigüedad por Aristóteles, Santo Tomás, entre otros pensadores clásicos. Recogidos por David Isaacs. (38)

En la columna central se enlistan los conceptos de la moral periodística reconocidos por las Asociaciones Periodísticas de más de 50 países en sus Códigos de Ética Periodística, considerando para este caso la trascendental obra de Hernán Uribe O. (39)

En la columna derecha se exponen, conceptos del comportamiento moral de los comunicadores sociales, a partir de la postura de los Papas, llamada también Doctrina de la Iglesia sobre los medios de comunicación masiva, desde Gregorio XVI en 1831 hasta Juan Pablo II en 1986, tomando en cuenta la obra de Jesús Irribarren. (40)

ANTIGUEDAD

(Filósofos Clásicos)

SIGLO XX

- ( Etica Periodística desde 1900)

IGLESIA-PAPAS

- (Etica de la Comunicación Social a partir de 1831 )

- |                     |   |   |
|---------------------|---|---|
| 1) GENEROSIDAD .    | -DERECHO A REPLICA O DE RECTIFICACION . | - EN LOS ESCRITOS POLEMICOS SER GENEROSOS CON LOS ADVERSARIOS.                                    |
| 2) FORTALEZA .      | -DEFENSA DE LA LIBERTAD DE INFORMACION. | - AMOR INSOBORNABLE POR LA VERDAD.  |
| 3) OPTIMISMO.       | -PROMOCION DE LA PAZ.                   | - REFLEJAR BENIGNIDAD EN LOS ESCRITOS PUBLICOS.   |
| 4) PERSEVERANCIA.   | -INTEGRIDAD, RECHAZO DEL SOBORNO.       | - SEGUIR SIEMPRE LOS DICTAMENES DE UNA RECTA Y VERDADERA CONCIENCIA.                              |
| 5) ORDEN.           | -EXACTITUD.                             | - CONDENAR Y PERSEGUIR LOS ABUSOS. EVITAR EL LIBERTINAJE DE EDICION.                              |
| 6) RESPONSABILIDAD. | -RESPONSABILIDAD POR LO PUBLICADO.      | - RESPONSABILIDAD DE CONCIENCIA DE EDITORES, DIRECTORES Y REDACTORES DE PUBLICACIONES PERIODICAS. |
| 7) RESPETO.         | -RESPETO DE LA VIDA PRIVADA.            | - EVITAR FALSAS ACUSACIONES, INTEMPERANCIAS, INJURIAS.  |
| 8) SINCERIDAD.      | -OBJETIVIDAD .                          | -BUSQUEDA DE LA VERDAD QUE EL ALMA NATURAL APETECE.   |

- 9) PUDOR. - DIGNIDAD PROFESIONAL. - EVITAR LA ERRONEA Y CORRUPTA EDICION DE PERIODICOS DIARIOS EXCITANDO APETITOS DAÑOSOS E INCITACIONES SENSUALES.
- 10) SOBRIEDAD . - INCOMPATIBILIDAD DE LA PUBLICIDAD Y LA PROPAGANDA EN LA INFORMACION. - EL EXITO DEL PROFESIONAL DE LA COMUNICACION SOCIAL DEPENDE DE SU FIDELIDAD A LA VERDAD Y EN - DEFENDER LOS FUNDAMENTOS MORALES DE LA SOCIEDAD HUMANA.
- 11) FLEXIBILIDAD.- IGUALDAD DE TRATO. - SERVIR A LA VERDAD EN TODAS SUS FORMAS.  
- SER DEFENSORES INTREPIDOS DE LA
- 12) LEALTAD . - DIGNIDAD Y LEALTAD PROFESIONAL- VERDAD, PERO LEALES Y GENEROSOS CON LOS ADVERSARIOS.
- 13) LABORIOSIDAD. - BUSQUEDA DEL LIBRE ACCESO A LAS FUENTES INFORMATIVAS. - LOS PERIODISTAS DEBEN SER CULTIVADORES DE LA VERDAD.
- 14) PACIENCIA. - PROHIBICION DE INCITACION A LA VIOLENCIA ,EL CRIMEN Y EL ROBO. - A LA PRENSA MALA Y MENTIROSA RESISTIRLA CON LA PRENSA RECTA Y SINCERA.
- 15) JUSTICIA. - IGUALDAD DE TRATO RELIGIOSO, RACIAL Y POLITICO. - SERVIR A LA JUSTICIA. NO CORROMPER LA VERDAD, DEBER DE CORREGIR LOS ERRORES PUBLICADOS.
- 16) OBEDIENCIA. -- SOLIDARIDAD PROFESIONAL . - QUE LOS MEDIOS DE COMUNICACION SEAN INSTRUMENTOS POSITIVOS DEL BIEN.

- |                   |  |  |
|-------------------|--|--|
| 17) PRUDENCIA.    | - SECRETOS PROFESIONALES .                           | - DIVULGAR LA VERDAD CON DILIGENCIA ,CAUTELA Y PRUDENCIA.<br>NO PROPAGAR POR DEBER GRAVISIMO LA MENTIRA,EL ERROR Y LA OBSCE-<br>NIDAD.                             |
| 18) AUDACIA .     | - RESPONSABILIDAD EN LA COBERTURA DE CRIMENES.       | - SER DEFENSORES INTREPIDOS DE LA VERDAD.  |
| 19) HUMILDAD.     | - SENCILLEZ PARA AYUDAR A SUS COLEGAS MENOS CAPACES. | - EVITAR LA ENEMISTAD Y EL ODO.<br>LEER PRODUCTOS DE LA BUENA -<br>PRENSA.   |
| 20) SENCILLEZ.    | - SENCILLEZ PARA AYUDAR A SUS COLEGAS MENOS CAPACES. | - ES NECESARIO QUE LA PAZ INSPIRE A LOS ESCRITORES, PARA VIVIR CONFORME A LA DIGNIDAD DE LA NA<br>TURALEZA HUMANA.   |
| 21) SOCIABILIDAD. | - FRATERNIDAD GREMIAL.                               | - APOYO A LA COMUNICACION DE COSAS UTILES.   |
| 22) AMISTAD.      | - PROMOCION DE LA AMISTAD INTERNACIONAL .            | - LA LIBERTAD DE PRENSA NO PERMITE IMPRIMIR LO FALSO O AQUELLO QUE DESTRUYA LA FIBRA MORAL Y RELI-<br>GIOSA DE LOS INDIVIDUOS, Y LA PAZ Y ARMONIA DE LAS NACIONES. |
| 23) COMPRESION.   | - SECRETOS PROFESIONALES.                            | - SERVIR A LA CARIDAD CRISTIANA.<br>RECHAZAR LAS PUBLICACIONES RE-<br>PROBABLES Y CORRUPTORAS.   |
| 24) PATRIOTISMO . | - RESPONSABILIDAD EN LA SEGURIDAD NACIONAL.          | - LOS MALOS LIBROS DESTRUYEN LA HONESTIDAD DE LAS COSTUMBRES COMO BASES DE LA SOCIEDAD CIVIL,QUE EN ESPECIAL CORROMPEN A LA JUVENTUD.                              |

Así expusimos una relación de las 24 Virtudes Humanas o Morales y su semejanza o coincidencia con las normas éticas o hábitos periodísticos que deben practicarse , y que son propuestos en Códigos de Etica Periodística de más de 50 naciones del mundo.

Esas 24 virtudes morales-además-tienen estrecha relación con la Doctrina de la Iglesia sobre prensa,radio,cine y televisión, misma que ha sido preparada a lo largo de 155 años , - desde 1831 con Gregorio XVI , a 1986 con Juan Pablo II.

Para entender más de lleno tal parte básica para una Filosofía Moral o Etica de la Comunicación Social , es indispensable exponer una relación de la forma en que operan en el ser humano( en este caso el Comunicador Social) las 24 virtudes citadas , o costumbres éticas.

Esta relación de hábitos buenos, son reconocidos como apropiados (buenos) por Aristóteles,Santo Tomás,e incluídos en Deontologías Periodísticas de 50 naciones , y aceptados y declarados por Once Papas como Deontología de Comunicación Social .

La forma en que operan las 24 normas o virtudes es la siguiente (datos reproducidos del libro de David Isaacs.(41)

"1.- AMISTAD :llega'a tener con algunas personas,que ya conoce previamente por intereses comunes de tipo profesional,



o de tiempo libre, diversos contactos periódicos personales a causa de una simpatía mutua, interesándose ambos, por la persona del otro y su mejoría.

"2.-AUDACIA: emprende y realiza distintas acciones que parecen poco prudentes, convencido, a partir de la consideración serena de la realidad con sus posibilidades y riesgos, de poder alcanzar un auténtico bien.

"3.- COMPRENSION": reconoce los distintos factores que influyen en sus sentimientos, o en el comportamiento de una persona y profundiza en el significado de cada factor y en su interrelación-ayudando a los demás a hacer lo mismo-y además realiza su actuación a esa realidad.

"4.- FLEXIBILIDAD: adapta su comportamiento con agilidad a las circunstancias de cada persona o situación, sin abandonar por ello los criterios de actuación personal.

"5.- FORTALEZA: en situaciones ambientales perjudiciales a una mejora personal, resiste las influencias nocivas, soporta las molestias y se entrega con valentía en caso de poder influir positivamente para vencer las dificultades y para acometer empresas grandes.

"6.- GENEROSIDAD: actúa en favor de otras personas desinteresadamente, y con alegría, teniendo en cuenta la utilidad y la necesidad de la aportación para esas personas, aunque le cueste un esfuerzo.

"7.-HUMILDAD:reconoce sus propias insuficiencias,sus cualidades y capacidades y las aprovecha para obrar el bien sin llamar la atención ni requerir el aplauso ajeno.

"8.- JUSTICIA:se esfuerza continuamente para dar a los demás lo que le es debido, de acuerdo con el cumplimiento de sus deberes y de acuerdo con sus derechos-como personas (a la vida, al bien cultural y moral ,a los bienes materiales );como padres, como ciudadanos, como profesionales, como gobernantes, etc.,- y, a la vez intenta que los demás hagan lo mismo .

"9.-LABORIOSIDAD:cumple diligentemente las actividades necesarias para alcanzar progresivamente su propia madurez natural y sobrenatural, y ayuda a los demás a hacer lo mismo, en el trabajo y en el cumplimiento de sus deberes.

"10.-LEALTAD:acepta los vínculos implícitos en su adhesión a otros,amigos,jefes,familiares ,patria,instituciones,etc., de tal modo que refuerza y protege,a lo largo del tiempo,el conjunto de valores que representan.

"11.- OBEDIENCIA: asumiendo como decisiones propias,las del que tiene y ejerce la autoridad, con tal de que no se opongan a la justicia,y realiza con prontitud lo decidido,actuando con empeño para interpretar fielmente la voluntad del que manda.

"12.- OPTIMISMO: confía ,razonablemente en sus propias posibilidades , y en la ayuda que le pueden prestar los demás y confía en las posibilidades de los demás,de tal modo, que en

cualquier situación, distingue, en primer lugar, lo que es positivo en sí y las posibilidades de mejora que existen, y a continuación, las dificultades que se oponen a esa mejora y afrontando lo demás con deportividad y alegría.

"13.- ORDEN :se comporta de acuerdo con una norma lógica, necesaria para el logro de algún objetivo deseado y previsto, en la organización de las cosas, en la distribución del tiempo y en la realización de las actividades, con iniciativa propia sin que sea necesario recordárselo.

"14.-PACIENCIA:una vez conocida o presentida una dificultad a superar o algún bien deseado que tarda en llegar, soporta las molestias presentes con serenidad.

"15.- PATRIOTISMO:reconoce lo que la patria le ha dado y le da; le tributa el honor y servicio debidos, reforzando y defendiendo el conjunto de valores que representa, teniendo, a su vez, por suyos los afanes nobles de todos los países.

"16.-PERSEVERANCIA:una vez tomada una decisión, lleva a cabo las actividades necesarias para alcanzar lo decidido, aunque surjan dificultades internas o externas o pese a que disminuya la motivación personal a través del tiempo transcurrido.

"17.- PRUDENCIA: en su trabajo y en las relaciones con las demás personas recoge una información que enjuicia de acuerdo con criterios rectos y verdaderos, pondera las consecuencias favorables y desfavorables para él, y para los demás, antes de to-

mar una decisión, y luego actúa o deja de actuar de acuerdo con lo decidido.

"18.- PUDOR: reconoce el valor de la intimidad y respeta la de los demás, manteniendo su intimidad a cubierto de extraños, rechazando lo que puede dañarla, y la descubre únicamente en circunstancias que sirven para la mejora propia o ajena.

"19.- RESPETO: actúa o deja de actuar, procurando no perjudicar ni dejar de beneficiarse a sí mismo ni a los demás de acuerdo con sus derechos, con su condición y con sus circunstancias.

"20.- RESPONSABILIDAD" asume las consecuencias de sus actos intencionados, resultado de las decisiones que tome o acepte; y también de sus actos intencionados, de tal modo que los demás queden beneficiados lo más posible, o, por lo menos, no perjudicados, preocupándose a la vez que las otras personas en quienes puede influir hagan lo mismo.

"21.- SENCILLEZ: cuida de que su comportamiento habitual en el hablar, en el vestir, en el actuar, esté en concordancia con sus intenciones íntimas, de tal modo que los demás puedan conocerle claramente, tal como es.

"22.- SINCERIDAD: manifiesta, si es conveniente, a las personas idóneas y en el momento adecuado, lo que ha hecho, lo que ha visto, lo que piensa, lo que siente, etc..., con claridad, respeto a su situación personal o la de los demás.

"23.- SOBRIEDAD: distingue entre lo que es razonable y lo que es inmoderado y utiliza razonablemente sus cinco sentidos ,su dinero, sus esfuerzos, etc.,de acuerdo con criterios rectos y verdaderos.

"24.-SOCIABILIDAD:aprovecha y crea los cauces adecuados para relacionarse con distintas personas y grupos,consiguiendo comunicarse con ellas a partir del interés y preocupación que muestra por lo que son,por lo que dicen,por lo que hacen, por lo que piensan y por lo que sienten."

Hasta aquí exponemos las normativas éticas o virtudes morales consideradas por Aristóteles ,Platón,Sócrates,Tomás de Aquino,Agustín de Hipona,entre otros pensadores, y recopiladas por David Isaacs,hábitos buenos que se deben practicar por los profesionales de la comunicación social.

Para integrar una DEONTOLOGIA DE COMUNICACION SOCIAL,es comprensible que la relación de virtudes expuestas por separado y en tres columnas(ANTIGUEDAD--SIGLO XX- IGLESIA yPAPAS-),sea el punto clave de una FILOSOFIA MORAL O ETICA DE LA COMUNICACION SOCIAL.

Se trata -claro está- de un bosquejo de normativas deontológicas periodísticas o de comunicación colectiva;para ello en capítulo siguiente explicaremos con detalle los antecedentes, códigos deontológicos , analogía de conceptos de ética ,y otros datos complementarios.

### TERMINOS DE COMUNICACION

Antes de entrar de lleno en el tema de la FILOSOFIA MORAL O ETICA DE LA COMUNICACION SOCIAL, conviene dejar definidos los conceptos y etimologías de los principales términos de comunicación.

Resulta necesario también ,definir otros términos relacionados con el tema de tesis, tales como prensa, radio, cine y televisión. Considerando que el proceso de la comunicación - puede realizarse en cualquiera de estos medios o instituciones de comunicación colectiva.

Escribe en su libro "La <sup>K</sup>evolución de las Comunicaciones" Jhon W. Mole: "Comunicar es poner o tener cosas en común, es, por consiguiente , compartir. Los hombres manifiestan su preocupación activa de compartir de mil maneras institucionales, empezando por el prototipo de comunidad, que es el matrimonio y extendiéndose en vastos círculos concéntricos hasta llegar a las grandes asociaciones políticas y religiosas." (42)

"Comunicación en el sentido de un intercambio entre personas libres e inteligentes, pero que se sitúa por encima del orden material. Ese concepto , pues, nos hace hacer una distinción entre intercambio en el plano material e intercambio por encima de ese plano, distinción de importancia capital para la historia de la comunicación.

"Siendo el hombre a la vez espíritu y materia, sus actividades de participación se manifiestan en esos dos planos. EL REPARTO DE LAS COSAS MATERIALES ES EL COMERCIO. EL REPARTO DE LAS COSAS DEL ESPIRITU ES LA COMUNICACION."

Etimológicamente, COMUNICACION significa Communicatio, onis. del latín ACCION Y EFECTO DE COMUNICAR O COMUNICARSE, trato o correspondencia entre dos o más personas; transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.

También señala el Diccionario de la Lengua Española, COMUNICAR del latín COMUNICARE, hacer a otro partícipe de lo que uno tiene; descubrir, manifestar o hacer saber a uno alguna cosa; conversar, tratar, con alguno de palabra o por escrito. (43)

Sven Wahrlroos en su libro "La Comunicación en la Familia" considera que "la comunicación es quizás el tópico de mayor importancia en psicología. Por medio de la comunicación en gran parte llegamos a ser lo que somos; a través de la comunicación aprehendemos lo que sabemos; los problemas en las relaciones humanas se crean principalmente por causa de COMUNICACION DESTRUCTIVA, y tales problemas se evitan o resuelven por medio de COMUNICACION CONSTRUCTIVA." (44)

El Diccionario General del Periodismo, de José Martínez de Sousa, especialista en temas de comunicación social, señala: "Comunicación es la transmisión de un mensaje (información) entre un

emisor (fuente) y un receptor (destinatario) mediante un código común y a través de un canal. (45)

Martínez de Sousa agrega que: "Comunicación Social es una forma de relación social en que existe participación consciente de los individuos o grupos.

"Este es un término utilizado por el Concilio Vaticano II para designar el conjunto de formas y condiciones de difusión masiva y ,regular de todos los elementos de conocimiento, juicio y cultura.

"Comunicación social es un concepto, usado como sinónimo de COMMUNICATION DE MASSE (G.Friedman), DIFUSION COLECTIVA O MASIVA (R.Clausse), INFORMACION (F.Terroux), MASS COMMUNICATION (en Estados Unidos por Marshall Mc.Luhan y otros). (46)

Conforme al Diccionario General del Periodismo ,preparado por José Martínez de Sousa, la comunicación humana puede realizarse en otras formas ,para lo cual existen 28 definiciones o conceptos de comunicación. (47)

Esos otros 28 conceptos de comunicación humana son:

- "1.- Comunicación Antidualógica, en un sólo sentido, o comunicado oficial.
- "2.- Comunicación Audiovisual, por imágenes y sonidos.
- "3.- Comunicación Bidireccional (fuente y destinatario).
- "4.- Comunicación Colectiva (entre grupos a través de medios).



- "5.- Comunicación comunitaria(a través de instrumentos de comunicación social).
- "6.- Comunicación de difusión (entre emisor y varios receptores ,ejemplo una conferencia).
- "7.- Comunicación directa (emisor-receptor;un discurso, sermón,etc.)
- "8.-Comunicación escrita, a través de redacción .
- "9.-Comunicación horizontal(directa ,ejem.la correspondencia (cartas) ;indirecta ,la prensa).
- "10.- Comunicación Icónica (por imágenes,que llegan a los sentidos.).
- "11.- Comunicación indirecta (por la prensa,radio,cine, televisión;donde el receptor es pasivo).
- "12.- Comunicación interindividual(directa entre emisor y receptor, ejem. una carta; o bidireccional una conversación telefónica,.).
- "13.- Comunicación Jerárquica(por niveles ) o antidualógica.
- "14.-Comunicación Lejana(por telecomunicación,televisión, radio , o de otra forma distanciada).
- "15.-Comunicación de Masas (entre un público numeroso).
- "16.- Comunicación Multidireccional(un coloquio,un foro).
- "17.-Comunicación Múltiple (entre una pluralidad de receptores ).

"18.- Comunicación normativa (similar a la jerárquica).

"19.- Comunicación oficiosa (comunicado semioficial, como un boletín de prensa).

"20.- Comunicación privada (exclusiva de grupos o personas).

"21.- Comunicación próxima (dos personas que en presencia conversan).

"22.- Comunicación pública (a través de los medios de comunicación colectiva, dirigiéndose al público, ejem. un informe presidencial).

"23.- Comunicación recíproca (ejemplo, por teléfono).

"24.- Comunicación sonora (usando el oído, ejem, radio, cine o televisión ).

"25.- Comunicación telegráfica (empleando el telégrafo).

"26.- Comunicación unidireccional (cuando no hay respuesta, ejem. a través de programas de no participación en los medios de comunicación colectiva).

"27.- Comunicación Visual (por signos, símbolos, señales, dibujos o fotografías ; comprende la palabra escrita o impresa, la fotografía, el dibujo, el gráfico, el anuncio, el cartel, etc.).

Hasta aquí los 29 conceptos de comunicación indicados en el Diccionario General de Periodismo de José Martínez de Sousa. (48)

NOTA.- En el primer capítulo hemos mencionado dos conceptos anteriores de comunicación, los que sumados a los 27 numerados, dan un total de 29.

Ahora bien, una definición más amplia y trascendente, es la que encontramos en el Diccionario Enciclopédico de Teología Moral dirigido por Leandro Rossi y Ambrogio Valsecchi, con la colaboración de 68 Especialistas. (49)

"DEFINICION.- La Comunicación Social se puede definir genéricamente como la transmisión, mediante fenómenos representativos (en el emisor) y receptivos (en el receptor), de contenidos de conciencia (ideas, estados de ánimo, noticias..) de un miembro de la sociedad a uno o más miembros de la sociedad.

"Esta transmisión no es pura transferencia de contenidos sino que implica la adhesión, la disensión o la reacción de extrañamiento del sujeto al cual se dirige la comunicación.

"El proceso de comunicación determina, pues, el surgir de una relación interpersonal en virtud de la cual lo que era propio y exclusivo de un individuo o de un grupo de individuos es participado por otros.

"En tal "puesta en común", que constituye la raíz de la sociedad humana, reside la intrínseca "socialidad" de la comunicación .

En Decreto Conciliar Inter Mirifica y en la instrucción pastoral COMMUNIO ET PROGRESSIO el término "social" es usado en su acepción sociológica, prescindiendo de cualquier valoración filosófica -religiosa.

"Así, califica a los medios de comunicación entre los protagonistas mayores del fenómeno de la SOCIALIZACION definida en la Encíclica MATER ET MAGISTRA como "progresivo multiplicarse de las relaciones en la convivencia, con diversas formas de vida y actividad asociada."

"La comunicación es, por consiguiente, llamada "social" en el sentido de que es apta para establecer relaciones entre grupos sociales e individuos, y esto en dimensiones, al menos potencialmente planetarias." (50)

Una vez que han quedado definidos los principales conceptos de comunicación social, humana, colectiva, etc., expuestas por los distintos especialistas y autores, pasemos a definir los términos , radio, prensa, cine y televisión.

PRENSA.- "periodismo es el conjunto de publicaciones periódicas , especialmente las diarias, que se editan en una sola localidad, época o país determinado," según el Diccionario General del Periodismo .(51)

RADIO.-Abreviatura de radiodifusión"es el servicio de radiocomunicación cuyas emisiones se destinan a ser recibidas

directamente por el público general. Dicho servicio abarca emisiones sonoras, de televisión o de otro género, empleando el sistema radiofónico, como pueden ser las radiofotos, etc. (Definición ampliada del original dada a conocer por el Convenio Internacional de Telecomunicaciones (CIT), 1973). (52)

TELEVISION.- "Transmisión a distancia de imágenes en movimiento por medio de cables y ondas radioeléctricas," conforme al Diccionario General del Periodismo. (53)

CINE.- Abreviatura de cinematógrafo. Sala donde se ofrecen noticias y documentales de actualidad; el cine también es arte cuando así lo demuestran los productores de películas. (54)  
Las funciones sociales del cine son: divertir, entretener, informar y orientar. Por su importancia se le considera como el 7º Arte.

Ya que hemos considerado las elementales definiciones y conceptos de comunicación necesarios para prepararnos al tema de la FILOSOFIA MORAL O ETICA DE LA COMUNICACION SOCIAL, pasemos ahora a entrar de lleno en los antecedentes de la deontología periodística o primeras formulaciones éticas de comunicación social -parte introductoria del Segundo Capítulo de la presente tesis.

CONCLUSIONES AL PRIMER CAPITULO.-

- 1.- La Filosofía Moral o Etica es la ciencia normativa de la conducta humana a la luz de la razón.
- 2.- La deontología es la ciencia de los deberes morales.
- 3.- La ética estudia todas las actividades humanas, entre ellas la comunicación social en todas sus áreas de ejercicio profesional.
- 4.- Las principales teorías éticas reconocen a Dios como ser Supremo, Ordenador y Creador del Universo, a quien conocemos por la Razón, facultad propia del género humano.
- 5.- La virtud es la fuerza o capacidad radical del hombre como conocimiento racional. El vicio es la ignorancia o debilidad -- racional.
- 6.- El funcionamiento perfecto del alma se basa en la práctica de las virtudes morales.
- 7.- El hombre actúa rectamente cuando conoce el bien, y al contrario no puede dejar de practicarlo.
- 8.- La razón es principio, medida y regla de todo el género humano.
- 9.- El bien supremo es vivir conforme a la razón.
- 10.- La Recta Razón es la norma próxima de moralidad.
- 11.- Los elementos o fuentes de la moralidad son: el objeto, las circunstancias y el fin del acto humano.
- 12.- La ley moral es ante todo un hecho de razón.

- 13.- El comunicador social es responsable moralmente de sus actos sólo si actúa como persona libre y consciente de sus acciones.
- 14.- El fin último del hombre es la felicidad.
- 15.- La realidad de la conciencia moral es un hecho de experiencia universalmente admitido.
- 16.- En la página 39 exponemos las diez clases de conciencias que se presentan en los seres humanos; y además las diez reglas de la conciencia humana.
- 17.- Desde la antigüedad griega hasta hoy, no ha cambiado el - concepto de Virtud, como hábito para hacer el bien.
- 18.- Las virtudes morales humanas propuestas en la antigüedad por Aristóteles y Santo Tomás (entre otros pensadores), están - contenidas (desde 1831) en las normas éticas reconocidas por 11 Papas como Deontología de Comunicación Social hasta 1986; y además en 50 códigos de ética periodística de igual número de países del mundo a partir de 1900 hasta la actualidad.

En la página 44 de la tesis se expone el cuadro que con-- tiene los conceptos de ética, virtudes morales y normas o deberes de la comunicación social, expuestas por los antiguos pensadores, por la Iglesia representada por once Pontífices, y por los periodistas organizados del mundo.

- 19.- La esencia de la moral es un conjunto de normas éticas aceptadas libre y conscientemente.

20.- El hombre como ser racional posee conciencia moral, voluntad y libre albedrío.

21.- La comunicación humana es la que se realiza entre los hom bres y esta puede realizarse en más de 25 formas.

22.- Comunicación social es la que se realiza de un miembro de la sociedad a uno o más miembros de la sociedad a través de - prensa, radio, cine o televisión ,sobre asuntos de interés común.



## NOTAS BIBLIOGRAFICAS.-

- (1) Diccionario de la Lengua Española:Real Academia de la Lengua,Vigésima Edición,Madrid,1984,Editorial ESPASA-CALPE,p.613.
- (2) MONTES DE OCA, Francisco:Lógica,la.Edición,México.Editorial Porrúa,S.A. 1981.,p.p.22-25.
- (3) Idem.,p.24.
- (4) SANCHEZ ,Vázquez Adolfo:Etica,Vigésima Edición,México.Editorial Grijalbo,S.A..1979.,p.22.
- (5) Diccionario de la Lengua Española de la Lengua:Real Academia , o.Cit.p.927.
- (6) SIMON ,René; Moral,3a.Edición ampliada,Barcelona ,España. Editorial Herder,1978.p.29.
- (7) Idem., p.p.37-38.
- (8) Diccionario de Filosofía :Nicola Abbagnano.Fondo de Cultura Económica,2a.Reimpresión,1982.México ,p.292.
- (9) SANCHEZ ,Vázquez Adolfo,Ob.Cit.p.217.
- (10)Idem.,p.227.
- (11)Idem.,p.233.
- (12)DE.GRAAF,J.: Moral,Marxismo y Etica en la Unión Soviética Traducción Diorki.Ediciones "Sígueme",1968,Salamanca,España.p.p. 19,20 y 21.
- (13) Idem.,p.20.
- (14) Diccionario de la Lengua Española.Op.Cit.,p.1146.
- (15) HUGON, Eduardo, O.P.:Las Veinticuatro Tesis Tomistas, la. Edición en Colección Sepan Cuantos # 274, Editorial Porrúa, S.A. 1974, México, .p.141.
- (16) SIMON, René .Ob.Cit.,p.202.
- (17) Idem., p.203.
- (18) SANCHEZ, V. Op.Cit., p.55.
- (19) SIMON, R. Op.Cit., p.214.
- (20) Idem., p.266.
- (21) Idem., p.p.224-227.
- (22) Idem., p.221.
- (23) Idem., p.229.
- (24) Idem., p.236.
- (25) Idem., p.93.
- (26) Idem., p.99. Sánchez Vázquez A. Ob.Cit.
- (27) SIMON, René. Op.Cit., p.304.
- (28) ARROYO, Ruano Luis G.:Deontología Jurídica.la.Edición,Guadalajara,Jalisco.1978.Editorial Universidad Autónoma de Guadalajara(UAG)p.28-29.
- (29) HUGON, Eduardo., Op.Cit.p.131.
- (30) ARROYO, Ruano, Luis ., Ob.Cit.p.57.
- (31) Diccionario de la Lengua Española., Ob.Cit.p.1390.
- (32) SANCHEZ V.A., Ob.Cit.p.57.
- (33) SIMON, René. Ob.Cit.p.p.323 y 404.

- (34) SANCHEZ V.A., Ob.Cit., p.221.
- (35) URIBE O.Hernán, *Ética Periodística en América Latina*. la. Edición, 1984. Editorial Iniciativa. México. UNAMP. 185.
- (36) ISAACS, David: *La Educación de las Virtudes Humanas*. la. Ed. 1983. Editora de Revistas, S.A. México. p.p. Tomo 1-288; T.2-265.
- (37) IRIBARREN Jesús : *El Derecho a la Verdad*. la. Edición, 1968, Madrid. Biblioteca de Autores Cristianos (BAC); p.p. 504.
- (38) IAACS, David, Ob.Cit., p.p. 257-264.
- (39) URIBE O.Hernán., Ob.Cit. p.45.
- (40) IRIBARREN, Jesús., Ob.Cit., p.p. 43-74.
- (41) ISAACS, David. Ob.Cit., p.45.
- (42) MOLE W.John: *La Revolución de las Comunicaciones*. la. Edición 1971. Ediciones Paulinas, México. p.110.
- (43) *Diccionario de la Lengua Española* : Real Academia Española. Ob.Cit., p.350.
- (44) WAHLROOS, Sven: *La Comunicación En La Familia, una guía hacia la salud emocional*, 3a. Reimpresión. 1981. Editorial Diana. México. p.20.
- (45) *Diccionario General del Periodismo*: José Martínez de Sousa la. Edición , 1981. Editorial Paraninfo, Madrid, España. p.102.
- (46) Idem., p.102.
- (47) Idem., p.103.
- (48) Idem., p.103.
- (49) *Diccionario Enciclopédico de Teología Moral*: Dirigido por Leandro Rossi y Ambroggio Valsecchi y colaboran 68 Especialistas. 4a. Edición, 1980, Ediciones Paulinas. Madrid, España. p.91.
- (50) Idem ., p.91.
- (51) *Diccionario General del Periodismo* ., Ob.Cit., p.421.
- (52) Idem., p.446.
- (53) Idem., P.492.
- (54) Idem., p.67.

## CAPITULO SEGUNDO.-

CODIGOS DEONTOLOGICOS DE PERIODISMO

1.- Primeras Formulaciones o Antecedentes de la Deontología Periodística, 2.- Los Principios Universales del Periodismo, 3.- Declaración de objetivos de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), 4.- Declaración de Principios de la Federación Internacional de Periodistas (FIP), 5.- La Comisión Mc.Bride y la Etica Periodística, 6.- El Derecho Internacional y la Etica Periodística, 7.- La Declaración de México; Código Mexicano de Etica Periodística, 8.- Código Latinoamericano de Etica Periodística, 9.- Declaración de la UNESCO sobre Medios de Comunicación, 10.- Renovación Moral y Comunicación Social con el Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos, Lic. Miguel De La Madrid Hurtado.

## ANTECEDENTES DE LA DEONTOLOGIA PERIODISTICA

Para integrar un tratado de deberes en Comunicación Social ,es necesario partir de las normas éticas del periodismo escrito o prensa, dado que este medio de comunicación social antecede a la radio,cine y televisión.

Las primeras formulaciones acerca de un código de ética periodística se encuentran en los Estados Unidos (U.S.A.) a principios de siglo, y en Francia en 1918, según refiere el Diccionario General de Periodismo de José Martínez de Sousa. (1)

"En 1939, la Federación Internacional de Periodistas (FIP) adoptó el Código de Honor Profesional de los Periodistas. En España , los principios generales de la Profesión Periodística han sido legislados en el anexo del decreto 744/1967 de 13 de abril, por el que se aprueba el texto refundido del Estatuto de la profesión periodística. De su cumplimiento se encarga el Jurado de Etica Profesional creado por el mismo decreto en su artículo 49, el cual actúa como un Tribunal de Honor.

"El 14 de marzo de 1952 , la Subcomisión sobre la Libertad de Información y de la Prensa, de la Comisión de Derechos Humanos de la ONU , aprobó , por siete votos a favor y tres abstenciones (Estados Unidos, Reino Unido y la Unión Soviética) un

Proyecto de Código Internacional de Etica, elaborado a lo largo de tres años de trabajo. He aquí su texto :

"Preámbulo .La libertad de información y de prensa es un derecho humano fundamental y la piedra de toque de todas las libertades consagradas en la Carta de las Naciones Unidas y proclamadas en la Declaración Universal de los Derechos Humanos ; es esencial para la promoción y conservación de la paz.

"Esa libertad estará mejor garantizada si el personal de la prensa y de todos los otros medios de información, constante y voluntariamente se esfuerzan por mantener el más alto sentido de responsabilidad y se hallen profundamente compenetrados en las obligaciones morales, de ser verídico y de buscar la verdad en el relato ,en la explicación y en la interpretación de los hechos.

"Este Código Internacional de Etica, por tanto, queda proclamado como una norma de conducta profesional para todos los que se ocupan de reunir ,transmitir,difundir o comunicar noticias e informaciones y relatar los acontecimientos por medio de la palabra escrita, la palabra oral u otro medio de expresión." Comprende 5 Artículos ,cuyo texto es:

"Art.I,El personal de prensa y de información debe hacer todo lo que esté a su alcance por asegurarse de que la información que reciba el público sea exacta en cuanto a los hechos.

"De comprobar todos los puntos de la información en la forma que mejor pueda. Ningún hecho debe ser voluntariamente deformado, y ningún hecho esencial debe ser deliberadamente suprimido.

"Art. II, Una norma elevada de conducta profesional requiere devoción al interés público. La búsqueda de ventajas personales y la promoción de intereses privados contrarios al bienestar general, por cualquier razón que sea, no son compatibles con esta conducta profesional.

"La calumnia, la difamación, el libelo deliberado y las acusaciones infundadas son serios delitos profesionales; también lo es el plagio. La buena fé para con el público es el fundamento del buen periodismo. Toda información publicada que resulte ser perjudicial e inexacta debe ser rectificadada en forma espontánea e inmediata. Los rumores y las noticias no confirmadas deben ser indicados y tratados como tales.

"Art. III, Sólo tareas compatibles con la integridad y la dignidad de la profesión deben ser asignadas por el personal de la prensa y de la información, y también por los que participen en las actividades económicas y comerciales de la prensa de información. Quienes publiquen cualquier información o comentario, deben asumir la completa responsabilidad de lo que han publicado, a menos que a su tiempo se haya rechazado dicha responsabilidad.

"Debe respetarse la reputación de los individuos y no deben publicarse informaciones ni comentarios sobre su vida privada que puedan ser perjudiciales a dicha reputación a menos que sean de utilidad pública, distinguiendo esta última de la curiosidad pública. Si se hacen acusaciones contra la reputación o la moralidad debe brindarse oportunidad para la réplica.

"Debe guardarse discreción respecto a las fuentes de información. Debe observarse el secreto profesional en asuntos revelados confidencialmente; y este privilegio debe poder invocarse siempre dentro de los más amplios límites de la ley.

"Art. IV, Quienes relatan y comentan acontecimientos relativos a un país enemigo, tienen el deber de adquirir los conocimientos necesarios de dicho país, que les permitan relatarlos y comentarlos exacta y correctamente.

"Art. V, Este código se basa en el principio de que la responsabilidad de asegurar la fácil observancia de la ética profesional recae en quienes se dedican a la profesión, y no en ningún gobierno. Nada de lo aquí expresado puede, por tanto, interpretarse como que implique justificación para la intervención de un gobierno en ninguna forma, con el fin de hacer observar las obligaciones morales establecidas en este código" (Citado en el boletín de las Naciones Unidas (ONU), primero de abril de 1952, p.p. 345-349. Cit. Jan Osmanczyk, 1976, 232 p.).

La búsqueda de una deontología periodística ha sido constante desde principios de siglo XX; aunque sobre el tema La Iglesia Católica Universal, desde 1831 inició su Doctrina de la Iglesia sobre prensa, radio, cine y televisión. Anterior a todo intento de formular códigos morales, es justo reconocer los esfuerzos de los clásicos pensadores Sócrates, Platón y Aristóteles, quienes se ocuparon hace más de dos mil años de la Filosofía Moral o Ética; y posteriormente a ellos, Agustín de Hipona, Tomás de Aquino, Soren Kierkegaard y otros más.

Ahora bien, después de 1952, la Federación Internacional de Periodistas (FIP) adoptó en 1954 una brevísima declaración de principios relativa a la conducta de los periodistas.

La FIP enmarcó los siguientes postulados, mismos que transcribimos de la obra de Hernán Uribe O. (2):

"Respeto a la verdad y derecho del público a la verdad. Defensa del derecho a recolectar y publicar noticias. Derecho al secreto profesional. Condena del plagio y de la difamación. Y Derecho a réplica."

El mismo Uribe O. menciona que la Organización Internacional de Periodistas (OIP), propuso en la reunión de consulta de 1973, una serie de principios susceptibles de ser incorporados a un código internacional y cuya sistematización puntual es la siguiente:

"1.- El periodista se esforzará por comprobar la precisión de la información que publique o comente. Si dicha con--



frontación no se puede realizar, la divulgará solamente con reserva, evitará deformarla, o tendenciosamente componerla y la relacionará en el momento adecuado más tarde que se demuestre como equivocada.

"2.- El periodista responderá por lo que publique. Respetará el secreto profesional, con excepción de su superior, claro está bajo la certeza de que éste también se sienta ligado con el secreto profesional. Delatará este secreto solamente cuando su informador lo autorice o cuando descubra que su informador intencionalmente lo condujo al error en beneficio de sus intereses políticos, económicos o personales.

"Si se trata de hechos que se relacionan seriamente con la vida de la sociedad o de crímenes que atentan contra los intereses comunes, la conservación del secreto profesional será asunto de la propia conciencia del periodista.

"3.- El periodista evitará las calumnias, difamaciones y ofensas contra los individuos, grupos étnicos, religiosos o nacionales. En cuanto no esté autorizado por las personas correspondientes, el periodista respetará la vida privada en cada dirección, en cuanto no sea amenazado el interés común. Evitará cualquier abuso de diferentes hechos. No olvidará que la persona indicada no tiene que ser considerada culpable antes de que sea pronunciado el veredicto del tribunal.

"4.- El periodista velará por el honor de su profesión. Se abstendrá de usar medios indecorosos para la obtención de la

información.No exigirá ni aceptará remuneración o ventajas profesionales de parte de una tercera persona para que publique o calle informaciones o cambie su contenido.De su labor se excluirá cualquier propaganda comercial.

"5.- En las relaciones profesionales,el periodista se esforzará por mantener el equilibrio entre la competencia fiel y la solidaridad necesaria.No realizará ningún plagio. Defenderá a sus colegas perseguidos por defender la libertad y los principios éticos y profesionales,no admitirá ninguna discriminación por motivos raciales o religiosos.

"6.- El periodista servirá,ante todo,a los intereses públicos.Su trabajo debe conducir al fortalecimiento de los principios fundamentales de los derechos del hombre y al desarrollo de un conocimiento mutuo y mejor,así como al entendimiento entre las naciones.Por lo tanto,no aprobará ni estimulará el empleo de la violencia como medio para solucionar los litígios internacionales.Se esforzará porque no haya discriminaciones raciales,y odios raciales ,étnicos,nacionales o religiosos." (Datos tomados de la obra de Aurelian Nestor ,la OIP y los principios Deontológicos.Praga,"El Periodista Demócrata",núm. 15.,1974).

Por otra parte ,"en la reunión de expertos para el intercambio de noticias en América Latina,realizada en Quito, Ecuador,en junio de 1975,en el rubro recomendación sobre a-

gencias nacionales destacó la elaboración de las normas éticas. El señalamiento fué "recomendar que la UNESCO promueva, con la participación de profesionales latinoamericanos y del Caribe, la elaboración de manuales que contengan normas de ética y de estilo encaminadas a la mayor objetividad del flujo informativo ." (Citado en la Noticia Internacional editorial ILET, México, 1978).

" Por su lado la Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación en América Latina y el Caribe, efectuada en San José ,Costa Rica, en Julio de 1976, apuntó:

"América Latina necesita comunicadores bien informados que no distorsionen la información. Uno de los problemas principales que se presentan, es la falta de codificación ética para los comunicadores.....ha de estructurarse un conjunto de normas para los comunicadores de todo tipo para que favorezcan a los países de la región en las relaciones básicas entre la comunicación y el desarrollo.....al responsabilizar a los comunicadores se tiene que mostrarles el camino de la cooperación y de la actividad social, así como los esfuerzos de nuestros países en el rumbo de las actividades de los medios de comunicación en la región para que propendan y coadyuven al desarrollo de nuestros pueblos."

Lo anterior fue citado en el informe final de la Confe-

rencia sobre Políticas de Comunicación en América Latina y el Caribe , (UNESCO, París 1976, Informe de la Comisión I, p.6).

Cabe aclarar que un primer proyecto de Código Internacional (CI) fue preparado en 1950 por expertos que en la ocasión fueron designados por sus gobiernos, pero actuaron a título personal en el caso de la entonces Subcomisión de Libertad de Información y de Prensa de la ONU.

El citado proyecto se envió a casi 500 organizaciones profesionales y empresariales de comunicación colectiva, y las contestaciones y apreciaciones ,facilitaron a la Subcomisión ,la redacción presentada a la consideración del Consejo Económico y Social de la Organización de las Naciones Unidas en 1952.

Después de dos décadas la UNESCO continuó con las proposiciones deontológicas de periodismo. Así la XVII Conferencia General adoptó la resolución de preparar un análisis de los códigos nacionales para determinar la posibilidad de institucionalizar normativas útiles para la promoción del sentido de responsabilidad propio del ejercicio de la libertad de información.

Tal trabajo se incluyó en 1973, mismo que es citado en (Collective Consultation on Codes of Ethic for the Mass Media, UNESCO ,París, 1973), la consulta colectiva sobre códigos de ética para los medios masivos .

Por otra parte la Comisión Mc.Bride en su último informe aprobado en 1980 por la UNESCO ,en su estudio de las comunicaciones contempla el tema de la deontología o ética del perio-

dismo.

"La Comisión Mc.Bride -señala Hernán Uribe O.-postula 4 tipos de responsabilidades para el periodista, que son :a)contractual;para con los órganos de informaciones (empresas);b) social, que entraña obligaciones para con la opinión pública y la sociedad en su conjunto ,c)legal, consiste en el respeto a la ley,d) ecuménica,para con la comunidad internacional en relación al respeto de los valores universales".

Otros antecedentes deontológicos de periodismo son los estatutos para la profesión periodística recomendados por la "Declaración sobre la Responsabilidad de los Medios de Comunicación" aprobada por la Organización de las Naciones Unidas para la Ciencia y la Cultura (UNESCO) en 1978, con apoyo de 156 países pertenecientes a tal organismo de la ONU.

Agrega Uribe O., que la Conferencia sobre la Libertad de Información efectuada en Ginebra en 1948, aprobó un proyecto de documento denominado "Declaración sobre los Derechos, Obligaciones y Prácticas que han de incluirse en el Concepto de Información". En cuanto a los deberes morales señala que "el derecho a la libertad de expresión impone a todos los que la disfrutan la obligación moral de decir la verdad, sin prejuicio alguno, y de divulgar lo que saben sin intenciones maliciosas." (Documento citado por Bodgan Oszonlik miembro de la Comisión Mc.Bride).

En abril de 1980 se realizó en México la Segunda Reunión Consultiva de Organizaciones Internacionales y Regionales de Periodistas, convocada por la UNESCO.

Representando a unos 350 mil periodistas, estuvieron los Delegados de la Organización Internacional de Periodistas, Unión Católica Internacional de la Prensa, Federación Latinoamericana de Periodistas, Confederación de Periodistas Asiáticos, Federación de Periodistas Arabes, la Federación Internacional de Periodistas y la Unión Panafricana de Periodistas.

Los principios aludidos en la Declaración de México, son los siguientes, mismos que reproducimos del Libro de Hernán Uribe O.:

- 1.- El derecho del pueblo a una información veraz,
- 2.-La responsabilidad social del periodista,
- 3.-La integridad profesional del periodista,
- 4.-El acceso y la participación del público en los medios,
- 5.-Respeto a la privacidad y dignidad humana,
- 6.- Respeto al interés público,
- 7.-Respeto de los valores universales y las diversidades culturales,
- 8.-La lucha contra los males universales,
- 9.-La promoción del Nuevo Orden Internacional en el campo de la información y la comunicación.,
- 10.-El deber de reflejar la realidad objetivamente, describiendo la información honesta y objetiva como aquella donde los hechos son recogidos conscientemente en su propio contexto, destacan-

do sus conexiones esenciales y sin provocar distorsiones mediante énfasis impropios, de tal manera que el público pueda formarse una concepción del mundo exacta y comprensible."

(El proyecto , luego aprobado por la Reunión, fue elaborado por un Comité de Etica, formado al efecto e integrado por Kaarle Nordestreng (OIP), Marcel Furic (Unión Católica Internacional de la Prensa -UCIP) y ,Hernán Uribe (FELAP).

La búsqueda de una normativa ética o deontología periódica y su establecimiento a nivel internacional ha llevado desde luego a la preparación de códigos de ética en más de 50 naciones. Han sido frecuentes las conferencias, reuniones, seminarios, etc., para tal propósito en México el Sindicato Nacional de Redactores de la Prensa (SNRP) dispone de un Código de Etica para la Prensa Mexicana, mismo que citaremos íntegro -más adelante- de la obra de Hernán Uribe O.

Cabe recordar a los comunicadores sociales de México , que el primero de diciembre de 1982 asumió la Presidencia de la República el Lic. Miguel de la Madrid Hurtado, fecha en la que mencionó un discurso que respecto a la Comunicación Social señalaba que "una nueva conciencia cívica que fomentaremos con todos los medios de comunicación y educación sociales, será el fundamento de la moral pública de gobernantes y gobernados."

" El día 3 de diciembre- del mismo año- la Cámara de Diputa-

dos dió entrada ,entre otras iniciativas del Presidente de la Madrid, a las relativas a las reformas a los artículos 1916 y 2116 del Código Civil para el Distrito Federal,que destacan la necesidad de adecuar las normas relativas a la responsabilidad civil que producen el daño moral (datos citados en la obra de Historia del Periodismo en México, editada por la UNAM y cuyo autor es Leopoldo Borrás ).

Lógicamente que una deontología periodística nacional tiene su origen en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos a partir de los artículos 6 y 7 . Más ampliamente para el campo de la Comunicación Social ,es fundamental para integrar una Filosofía Moral o Etica de la Comunicación Social, -tomar en cuenta las leyes de Imprenta, Cinematografía, Radio y Televisión .

Para el caso de México tenemos, pues, como antecedentes de una deontología de comunicación social, las legislaciones citadas.

Venustiano Carranza , Primer Jefe del Ejército Constitucionalista y encargado del Poder Ejecutivo de los Estados Unidos Mexicanos ,en virtud de las facultades que contaba ,y entretanto el Congreso de la Unión reglamentó los artículos 6 y 7 de la Constitución General de la República, tuvo a bien expedir la Ley de Imprenta. La cual es una base fundamental para hablar de una ética del periodismo escrito- propiamente- y para lo cual ya se citan desde 1917, las características de esta área de

ESTAS TESIS  
DE LA BIBLIOTECA  
DE LA UNAM  
DEBE SALIR

ESTAS TESIS  
DE LA BIBLIOTECA  
DEBE SALIR



la comunicación colectiva.(3)

La Ley de Imprenta contiene 35 artículos que contemplan por ejemplo: los ataques a la vida privada, ataques a la moral, ataques al orden o a la paz pública, sobre expresión maliciosa, respecto a la crítica de funcionarios públicos, prohibición a la anarquía a través de escritos, etc...

Con apartados similares de las materias citadas por la Ley de Imprenta, el primer Reglamento Cinematográfico en México, es promulgado y publicado por el gobierno del Presidente Victoriano Huerta el 23 de junio de 1913.

La legislación cinematográfica mexicana actual contempla entre otros muchos aspectos, los citados en la obra de Virgilio Anduiza Valdelamar.(4)

"La libre expresión de las ideas es una garantía específica de la libertad consagrada en nuestra Carta Magna, la cual nos dice que .... la manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataquen a la moral, los derechos de tercero, provoque algún delito o perturbe el orden público..."

Relativo a radio y televisión, tenemos que es útil considerar para una Etica de la Comunicación Social el artículo 5 de la legislación mexicana para estos dos medios. El artículo 5 de la Ley Federal de Radio y Televisión, apunta Raúl Cremoux

en su libro Legislación Mexicana de Radio y Televisión, (5), señala que "la radio y la televisión tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y al mejoramiento de las formas de convivencia humana. Al efecto a través de sus transmisiones procurarán:

"I.- Afirmar el respeto a los principios de la moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares,

"II.- Evitar influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud.

"III.- Contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo o a conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad mexicana.

"IV.- Fortalecer las convicciones democráticas, la unidad nacional y la amistad y cooperación internacionales".

La Ley de Radio y Televisión expedida el 9 de enero de 1960, la Ley de Imprenta expedida en 1917 y el Primer Reglamento Cinematográfico preparado en junio de 1913, son legislaciones que derivan y convergen en la Constitución Mexicana.

Por su importancia para nuestra tesis debemos mencionar cómo las tres legislaciones para los medios de comunicación, o instituciones de comunicación social coinciden en señalar y defender en sus respectivos artículos la moral social.

De estas leyes se derivan distintos aspectos deontológicos para la comunicación social. Así pues, para integrar una

Filosofía Moral o Ética de la Comunicación Social tenemos que considerar, la misma Constitución General de la República, y las distintas legislaciones y reglamentos que rigen la actividad de prensa, radio, cine y televisión, que ciertamente tienen su origen y fundamento en la Carta Magna.

#### LOS PRINCIPIOS UNIVERSALES DEL PERIODISMO.-

Previa consulta del libro de Hernán Uribe O. "Ética Periodística en América Latina", cabe mencionar que los códigos o formulaciones morales del periodismo, son en cantidad escasos y prueba de ello es que sólo algunos países, cerca de 50 los poseen. (6)

Cualitativamente, en cambio, la mayoría de ellos contiene principios de importancia, que aunque citados antes, conviene enlistar enseguida: veracidad, objetividad, imparcialidad, defensa de la libertad de información, libertad de acceso a las fuentes informativas, exactitud, responsabilidad para con el público, igualdad de trato (nacionalidad, religión, política), responsabilidad frente al estado y la sociedad, integridad, respeto al derecho de rectificación, no injerencia en la vida privada, condena de la calumnia y la difamación, defensa del secreto profesional, y defensa de la paz."

A partir de la premisa de que las normas deontológicas

auxilian al profesional a trabajar correctamente y a la vez - promueven un libre periodismo , se debe impulsar la realización de nuevos códigos de ética y rechazar la creencia sin bases de que las normas morales para la comunicación social frenan la libre expresión .

Cabe recordar que ya hemos mencionado el Proyecto de Código Internacional de Etica ,en los antecedentes deontológicos o primeras formulaciones -en este capítulo de la tesis-, por lo que pasaremos a exponer ahora los Objetivos de la Sociedad Interamericana de Prensa(SIP).

#### LOS OBJETIVOS DE LA SIP.-

La simiente de la Sociedad Interamericana de Prensa(SIP) se sembró en 1926, año en que el I Congreso Panamericano de - Periodistas ,celebrado en Washington ,aprobó una resolución - que recomendaba la constitución de un Organismo Interamericano permanente de periodistas.

Esta resolución ,sin embargo ,quedó olvidada durante 16 años y la simiente no comenzó a germinar hasta 1942,en México, cuando el siguiente Congreso Panamericano (también se llamó "Primero", y se celebró en forma concurrente con un Congreso Nacional Mexicano ) decidió crear una Comisión Permanente.

En 1943,en La Habana ,el II Congreso Nacional y Panameri

cano de Periodistas estableció la Organización con su nombre actual, Sociedad Interamericana de Prensa, y aprobó los Estatutos y Reglamentos de la misma.

En información proporcionada por el Gerente del Centro Técnico de la SIP, Sr. Julio E. Muñoz (1985), se advierte que los objetivos, expuestos brevemente de dicha Sociedad son los siguientes:

"Defender la libertad de prensa, fomentar y proteger los intereses generales y específicos de la prensa diaria y periódica de América, fortalecer y mantener la dignidad, los derechos y responsabilidades de la profesión periodística.

"Estimular la uniformidad de normas éticas en materia profesional y comercial, intercambiar ideas e informaciones que propendan al desarrollo cultural, material y técnico de la prensa, trabajar por el desarrollo de un entendimiento y cooperación más amplios entre los pueblos de América en apoyo a los principios fundamentales de una sociedad libre y de la libertad individual." ( Datos tomados del folleto proporcionado por la SIP -2911 N.W. 39 th, Street, Miami, Florida 33142, U.S.A.-Cable SIPRENSA, Telex: 522873).

DECLARACION DE PRINCIPIOS  
DE LA FIP.-

La Federación Internacional de Periodistas (FIP) adoptó en 1954 una brevísima declaración de principios relativa a la conducta de los periodistas y en la cual enmarcó los siguientes puntos: (datos tomados del libro de Hernán Uribe O.) (7)

- "-Respeto a la verdad .
- "-Derecho del público a la verdad.
- "-Defensa del derecho a recolectar y publicar noticias.
- "-Derecho al secreto profesional.
- "-Condena del plagio y de la difamación.
- "-Derecho a réplica."

## LA COMISION MC.BRIDE Y

## LA ETICA PERIODISTICA.-

La UNESCO u Organización de las Naciones Unidas para la Ciencia y la Cultura, entre cuyas labores está el estudio de la comunicación social, aprobó en 1980 el informe final de la Comisión Mc.Bride ,encargada de dicho propósito.

La Comisión en su estudio de las comunicaciones destaca la problemática de la deontología periodística y postula 4 tipos de responsabilidades para el periodista- citadas anteriormente-;a)Contractual,h) Social,C)Legal y ,d) Ecuménica.

En un análisis indeterminado de Códigos de Etica en el mundo (más de 50 códigos) la Comisión Mc.Bride ha dado a conocer los preceptos similares en ellos incluidos .(8)

- "Defensa de la libertad de información .
- "Libre acceso a las fuentes informativas.
- "Objetividad.
- "Exactitud.
- "Veracidad o no deformación de los hechos .
- "Responsabilidad respecto a las comunidades nacionales, raciales y religiosas .
- "Responsabilidad frente al estado y la nación.

- "Responsabilidad frente al mantenimiento de la paz.
- "Condena de la calumnia y la difamación.
- "Respeto de la vida privada.
- "Respeto al derecho de rectificación, y
- "Respeto al derecho del secreto profesional."

Nota.- Hemos incluido esta similitud moral conceptual, por el hecho de que México pertenece a la UNESCO ,y por el valor de dichos principios universales deontológicos del periodismo ,estudiados por la Comisión Mc.Bride.



## EL DERECHO INTERNACIONAL Y LA ETICA PERIODISTICA.-

Kaarle Nordestreng , Profesor de la Universidad de Tampere, Finlandia, consultor de la UNESCO y presidente de la Organización Internacional de Periodistas (OIP) , ha dedicado varios trabajos de investigación a la temática de la ética y la ley internacional , y por consiguiente apreciaremos sus juicios, según los datos que reproducimos del libro de Hernán Uribe O.

"La responsabilidad , dice Nordestreng, debe considerarse como una condición previa para el ejercicio del periodismo, aunque tengamos claro que desde un punto de vista jurídico, económico o político, los periodistas no son por lo general responsables de la producción de la información de masas, puesto que constituyen una mano de obra remunerada por el empleador para realizar una determinada tarea.

"Remarca que los códigos conforman una guía de conducta, ayudan al profesional a un trabajo mejor , y en ese sentido son importantes, aunque no decisivos."

Nordestreng postula la universalidad de los principios morales , además la postura de que la ley internacional es un manantial rico y poderoso de la deontología en una era en que el mundo se interrelaciona cada vez más. Reconociendo que dicha fuente es relativa en los códigos actuales, a pesar de que

amplios instrumentos internacionales contienen preceptos que se relacionan con la actividad de las empresas de comunicación y con los periodistas, y otros pocos se refieren particularmente a la comunicación o a la información .

Kaarle Nordestreng y Antti Alanen analizaron 50 códigos y observaron en ellos el contenido de siete categorías de principios o normas internacionales: 1.- Promoción de la paz, y la seguridad internacionales, 2.- Prohibición de la propaganda belicista, 3.- Amistad y entendimiento mutuo entre pueblos y países , 4.- Objetividad y veracidad, 5.- Igualdad racial, 6.- Otros deberes varios, y 7.- Defensa del libre flujo informativo."

La conclusión de Nordestreng relativa al derecho internacional y la ética periodística , es que "la mayoría de los - códigos reflejan un punto de vista de un determinado desarrollo del mundo y en ese sentido están retrasados respecto al poderoso avance en las relaciones internacionales que se registran en los últimos años .

"A juicio de Nordestreng es el Código Latinoamericano de Etica Periodística el único que hasta el momento ha recogido con propiedad los aspectos internacionales de la Deontología Profesional. Tal Código , sostiene, prueba que indudablemente es posible llegar a principios definidos, formulados y aceptados por los propios profesionales y enmarcados además en los preceptos universales." Señala Uribe O. (9)

## LA DECLARACION DE MEXICO .-

Respecto a la Declaración de México, esta se refiere a la Segunda Reunión Consultiva de Organizaciones Internacionales y Regionales de Periodistas ,convocada por la UNESCO y en la cual se dieron a conocer diez principios éticos del periodismo ,en abril de 1980.

Tales conceptos los reproduciremos íntegramente del libro de Hernán Uribe O., mismos que han sido adoptados por el Sindicato Nacional de Redactores de la Prensa(SNRP) ,y que forman hasta ahora el único Código de Etica para la Prensa Mexicana. Su texto es el siguiente:

"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 ejerceremos 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 libertad intelectual en el periodismo.

"6.- Declaramos, como contraria a la verdad, la publicación e ilustraciones apócrifas, así como las entrevistas imaginarias, hechas a base del conocido criterio de una persona 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 las descargas de la otra.

"9.- Declaramos que perseguiremos constantemente nuestra superación para 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, consciente 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."

## CODIGO LATINOAMERICANO DE ETICA PERIODISTICA.-

A juicio de Kaarle Nordstrenng ,consultor de la UNESCO en materia de comunicación social y presidente de la OIP, es el Código Latinoamericano de Etica Periodística el que recoge los principales conceptos internacionales de Deontología Periodística.(11)

Por la importancia de este documento sobre moral de la comunicación social escrita, a continuación lo expondremos textualmente del libro de "Etica Periodística en América Latina"de Hernán Uribe O.

"Preámbulo. La información concebida como bien social concierne a toda la sociedad , a la que corresponde establecer normas morales que rijan la responsabilidad de los medios de comunicación colectiva.

"La Resolución 59(I) de la Asamblea General de las Naciones Unidas (ONU) adoptada en 1946 expresa : "La libertad de información requiere como elemento indispensable la voluntad y la capacidad de usar y no abusar de sus privilegios.Requiere, además ,como disciplina básica, la obligación moral de investigar los hechos sin prejuicio y difundir las informaciones sin intención maliciosa."

"Los esfuerzos por estatuir una normativa ética universal han avanzado en la XX Asamblea General de la UNESCO al

aprobar la declaración especial relativa a la responsabilidad de los medios de difusión masiva, cuyo artículo VIII manifiesta : "Las organizaciones profesionales, así como las personas que participan en la formación profesional de los periodistas y demás agentes de los grandes medios de comunicación que les ayudan a desempeñar sus tareas de manera responsable, deberían acordar particular importancia a los principios de la presente declaración en los Códigos deontológicos que establezcan y por cuya aplicación velan."

"El periodista, en su condición de intermediario profesional es factor importante del proceso informativo y su ética profesional estará orientada al desempeño correcto de su oficio, así como a contribuir a eliminar o reducir las actuales deformaciones de las funciones sociales informativas. Ello se hace imprescindible porque en la región los empresarios de la noticia usurpan nuestro nombre autodenominándose "periodistas" y aplican una pseudo ética regida por los preceptos del provecho comercial .

"Las normas deontológicas estatuidas en este documento se basan en principios contenidos en códigos nacionales, declaraciones y resoluciones de la ONU y sus organismos , como también en la Declaración de Principios de la Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP) y que proclaman el citado

Código en la certidumbre de que una moral profesional coadyuvará a ese objetivo .

"Artículo 1.- El periodismo debe ser un servicio de interés colectivo, con funciones eminentemente sociales dirigidas al desarrollo integral del individuo y de la comunidad. El periodista debe participar activamente en la transformación social orientada al perfeccionamiento democrático de la sociedad, debe consagrar su conciencia y quehacer profesional a promover el respeto a las libertades y a los derechos humanos, contribuir al fortalecimiento de la paz, la coexistencia pacífica, la autodeterminación de los pueblos, el desarme y la descolonización, la distensión internacional y la comprensión mutua entre los pueblos del mundo.

"Luchar por la igualdad de la persona humana, sin distinción de raza, opinión, origen, lengua, religión y nacionalidad. Es un elevada deber del periodista latinoamericano contribuir a la independencia económica, política y cultural de nuestras naciones y pueblos.

"Artículo 2.- Son además deberes insoslayables del periodista: -impulsar, consolidar y defender la libertad de expresión y el derecho a la información, entendiendo éste como el derecho que tienen los pueblos a informar y ser informados . -Promover las condiciones para el establecimiento del flujo libre y equi librado de las noticias en los niveles mundial, regional y nacional .



- Luchar por un nuevo orden informativo acorde con los intereses de los pueblos, que sustituya al que actualmente impera en la mayoría de los países de latinoamérica deformando su realidad.

-Pugnar por la democratización de la información a fin de que el periodista ejerza su misión de mediador profesional y agente del cambio social y de que la colectividad tenga acceso a esa misma información .

-Rechazar la propaganda de inevitabilidad de la guerra, la amenaza y el uso de la fuerza en los conflictos internacionales.

"Artículo 3. En su labor profesional el periodista adoptará los principios de veracidad y de la ecuanimidad y faltará a la ética cuando silencie, falsee o tergiverse los hechos, proporcionará al público información sobre el contexto de los sucesos y acerca de las opiniones que sobre ellos se emitan a fin de que el receptor del mensaje noticioso pueda interpretar el origen y la perspectiva de los hechos. En la difusión de ideas y opiniones el periodista preconizará las condiciones para que ellas puedan expresarse democráticamente y no sean coartadas por intereses comerciales, publicitarios o de otra naturaleza.

"4. El periodista debe ejercer su labor en los marcos de la integridad y la dignidad propias de la profesión, exigirá - respeto a sus creencias, ideas y opiniones lo mismo que al ma--

terial informativo que entrega a su fuente de trabajo, luchará por el acceso a la toma de decisiones en los medios en que trabaja. En el aspecto legal procurará el establecimiento de estos tutos jurídicos que consagren los derechos y deberes profesionales.

"Artículo 6. Son acciones violatorias de la ética profesional :- el plagio y el irrespeto a la propiedad intelectual, -el soborno, el cohecho y la extorsión.- la omisión de información de interés colectivo.-la difamación y la injuria. Se considera una violación en alto grado de la ética profesional la participación o complicidad de periodistas en la represión a la prensa y a los trabajadores de la información.

"Artículo 7. El periodista debe fortalecer la organización y la unidad sindical o gremial ahí donde existan, y contribuir a crearlas donde no las haya y se vinculará al movimiento de clase trabajadora de su país.

"Artículo 8. El periodista debe procurar el mejor conocimiento y velar por la defensa de los valores nacionales especialmente de la lengua como expresión cultural y como factor general de las nuevas formas de cultura.

"Artículo 9. Es un deber del periodista contribuir a la defensa de la naturaleza y denunciar los hechos que generen la contaminación y destrucción del ambiente.

"Artículo 10. Este código latinoamericano de ética periodística entra en vigor en el momento de su aprobación por el II Congreso Latinoamericano de Periodistas. "

"CARACAS, 24 de Julio de 1979."

DECLARACION DE LA UNESCO SOBRE  
LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL

"1.- La Conferencia general, recordando que en virtud de su constitución la UNESCO se propone "contribuir a la paz y a la seguridad , estrechando mediante la educación, la ciencia y la cultura la colaboración entre las naciones", y que para realizar tal finalidad la organización se preocupa de facilitar la libre circulación de las ideas por medio de la palabra y la imgen.

"2.- Recordando además que en virtud de su constitución los estados miembros de la UNESCO "persuadidos de la necesidad de a asegurar a todos el pleno e igual acceso a la educación, el libre intercambio de ideas y de conocimientos resuelven desarrollar e intensificar las relaciones entre sus pueblos a fin de que éstos se comprendan mejor entre sí y adquieran un conocimiento más - preciso y verdadero de sus respectivas vidas.

"3.- Recordando los objetivos y los principios de las Naciones Unidas tal como son definidas en la carta.

"4.- Recordando la Declaración Universal de derechos humanos aprobada por la Asamblea General de las Naciones Unidas en 1948 y en particular el artículo 19 estipula que "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,

el de investigar y recibir informaciones y opiniones y el de difundirlas sin limitación de fronteras por cualquier medio de expresión", así como el pacto internacional de derechos civiles y políticos aprobado por la Asamblea General de las Naciones Unidas en 1966 que proclama los mismos principios en su artículo 19 que en su apartado 20 condena la incitación a la guerra, la apología del odio nacional, racial o religioso así como toda forma de discriminación, de hostilidad o de violencia .

"5.- Recordando el artículo 4 de la Convención Internacional sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación Racial, aprobadas por la Asamblea General de las Naciones Unidas en 1965 y la Convención Internacional sobre la Represión y el Castigo del Crimen del Apartheid, aprobadas por la Asamblea General de las Naciones Unidas en 1973 estipulan que los Estados adheridos a esas convenciones se comprometen a adoptar inmediatamente medidas positivas para eliminar toda incitación a esa discriminación o cualquier modo que sea el crimen del apartheid y otras políticas segregacionistas similares.

"6.- Recordando la Declaración sobre el Fomento Entre la Juventud de los Ideales de Paz, Respeto Mutuo y Comprensión Entre los Pueblos, aprobada por la Asamblea General de las Naciones Unidas en 1965.

"7.- Recordando las declaraciones y las resoluciones apro-

badas por los diversos organismos de las Naciones Unidas relativas al establecimiento de un nuevo orden económico internacional, del papel de la UNESCO que está llamada a desempeñar en esta esfera.

"8.- Recordando la declaración de los principios de cooperación cultural internacional aprobada por la conferencia general de la UNESCO en 1966.

"9.-Recordando la resolución 59 (I) de la Asamblea General de la ONU adoptada en 1946 que declara:

"La libertad de información es un derecho humano fundamental y piedra de toque de todas las libertades a las cuales están consagradas las Naciones Unidas. La libertad de información requiere como elemento indispensable la voluntad y la capacidad de usar y no abusar de sus privilegios. Requiere además como disciplina la obligación moral de investigar los hechos - sin prejuicio y defender las informaciones sin intención maliciosa.

"10.- Recordando la resolución 110 aprobada en 1974, por la Asamblea General de la ONU que condena toda propaganda destinada a provocar o estimular amenazas contra la paz, la ruptura de la paz o todo acto de agresión.

"11.- Recordando la resolución 127 (II) de la misma Asamblea General que invita a los Estados miembros a luchar dentro

de los límites constitucionales contra la difusión de noticias falsas o deformadas que puedan perjudicar las buenas relaciones entre Estados, así como las demás resoluciones de la citada asamblea relativa a los medios de comunicación de masas y su contribución al desarrollo de la confianza y de las relaciones de amistad entre los Estados.

"12.- Recordando la resolución 9,12 aprobada por la conferencia general de la UNESCO en 1968 que reafirmó el objetivo de la organización de contribuir a la eliminación del colonialismo, el racismo, así como la resolución 12,1 aprobada por la conferencia general de la UNESCO en 1976 que declara que el colonialismo, el neocolonialismo y el racismo en todas sus formas y manifestaciones son incompatibles con los objetivos fundamentales de la UNESCO .

"13.- Recordando la resolución 4,301, aprobada en 1970 por la conferencia general de la UNESCO relativa a la contribución de los grandes medios de comunicación de masas al fortalecimiento de la comprensión y la cooperación internacionales en interés de la paz y el bienestar de la humanidad y a la lucha contra la propaganda en favor de la guerra, el racismo, el apartheid y el odio entre los pueblos, y consciente del papel fundamental que los medios de comunicación de masas pueden desempeñar en esas esferas.

"14.- Recordando la declaración sobre la raza y los prejuicios raciales aprobada por la conferencia general en su vigésima reunión .

"15.- Consciente de la complejidad de los problemas que plantea la sociedad moderna , la información y la diversidad de soluciones que se les ha aportado , se ha puesto de manifiesto principalmente la reflexión llevada a cabo en el seno de la UNESCO y en particular de la legítima preocupación de unos y otros porque se tomen en cuenta sus opiniones y su personalidad cultural.

"16.- Consciente de las aspiraciones de los países en desarrollo, en lo que respecta al establecimiento de un nuevo orden mundial de la información y la comunicación .

"Proclama. En este día 22 del mes de noviembre de 1978, la presente declaración sobre los principios fundamentales relativos a la contribución de los medios de comunicación de masas , al fortalecimiento de la paz, la comprensión internacional, a la promoción de los derechos del hombre y a la lucha contra el racismo , el apartheid y la incitación a la guerra:

"Artículo I. El fortalecimiento de la paz y de la comprensión internacionales, la promoción de los derechos humanos, la lucha contra el racismo , el apartheid y la incitación a la guerra exigen una circulación libre y una difusión más amplia y equilibrada de la información .



"Para este fin , los órganos de información deben aportar una contribución primordial, contribución que será más eficaz si la información refleja los diferentes aspectos del asunto - examinado .

"Artículo II. El ejercicio de la libertad de opinión, de la libertad de expresión y de la libertad de información reconocido como parte integrante de los derechos humanos y de las libertades fundamentales, constituye un factor esencial del fortalecimiento de la paz y de la comprensión internacional.

"2.- El acceso de la información debe garantizarse mediante la diversidad de las fuentes y de los medios de información que disponga , permitiendo así a cada persona verificar la exactitud de los hechos y fundar objetivamente su opinión sobre los acontecimientos . Para ese fin los periodistas deben tener la libertad de información y las mayores facilidades posibles de acceso a la información. Igualmente, los medios de comunicación deben responder a las preocupaciones de los pueblos y de los individuos , favoreciendo así la participación del público en la elaboración de la información .

"3.- Con miras al fortalecimiento de la paz y de la comprensión internacionales , de la promoción de los derechos humanos y de la lucha contra el racismo , del apartheid y la incitación a la guerra, los órganos de información , en todo el mundo , dada la función que les corresponde , contribuyen a pro-

mover los derechos humanos, en particular haciendo oír la voz de los pueblos oprimidos que luchan contra el colonialismo, el neocolonialismo, la ocupación extranjera, todas las formas de discriminación racial y de opresión y que no pueden expresarse en su propio territorio.

"4.- Para que los medios de comunicación puedan fomentar en sus actividades los principios de la presente declaración, es indispensable que los periodistas y otros agentes de los órganos de comunicación, en su propio país o en el extranjero disfruten de un estatuto que les garantice las mejores condiciones para ejercer su profesión .

"Artículo III. Los medios de comunicación deben aportar una contribución importante al fortalecimiento de la paz y de la comprensión internacionales y a la lucha contra el racismo, el apartheid y la propaganda belicista.

"2. En la lucha contra la guerra de agresión, al racismo y el apartheid, así como contra las otras violaciones de los derechos humanos que entre otras cosas son resultado de los prejuicios y la ignorancia, los medios de comunicación, por medio de la difusión de la información relativa a los ideales, aspiraciones, culturales y exigencias de los pueblos, contribuyen a eliminar la ignorancia y la comprensión entre los pueblos, a sensibilizar a los ciudadanos de un país sobre las exigencias y ag

piraciones de otros ,conseguir el respeto de los derechos y la dignidad de todas las naciones, de todos los pueblos y de todos los individuos , sin distinción de raza, de sexo, de lengua , de religión o de nacionalidad, y a señalar a la atención a los grandes males que afligen a la humanidad, tales como la miseria, la desnutrición y las enfermedades. Al hacerlo así, favorecen la elaboración por los Estados de las políticas más aptas para reducir las tensiones internacionales y para solucionar de manera pacífica y equitativa las diferencias internacionales.

"Artículo IV. Los medios de comunicación de masas tienen una participación esencial en la educación de los jóvenes dentro de un espíritu de paz, de justicia, de libertad, de respeto mutuo y de comprensión , a fin de fomentar los derechos humanos y de las naciones, así como el progreso económico y social. Igualmente ,desempeñan un papel importante para dar a conocer las opiniones y las aspiraciones de la nueva generación .

"Artículo V. Para que se respete la libertad de opinión, de expresión , de información , y para que la información refleje puntos de vista , es importante que se publiquen los puntos de vista presentados por aquellos que consideren que la información publicada o difundida sobre ellos ha perjudicado gravemente la acción que realizan , con miras a fortalecer la

la paz y la comprensión internacionales ,la promoción de los -  
derechos humanos, o la lucha contra el racismo,el apartheid o  
la incitación a la guerra.

"Artículo VI. La instauración de un nuevo equilibrio,de -  
una mejor reciprocidad de la circulación de la información,con  
dición favorable para el logro de una paz justa y durable y pa  
ra la independencia económica y política de los países en desa  
rrollo, exige que se corrijan las desigualdades en la circula  
ción de la información con destino a los países en desarrollo,  
procedentes de ellos, o entre unos y otros de esos países.

"Para tal fin , es esencial que los medios de comunicación  
de masas de esos países dispongan de las condiciones y los me  
dios necesarios para fortalecerse , extenderse y cooperar en-  
tre sí y con los medios de comunicación de masas de los paí  
ses desarrollados .

"Artículo VIII.Las organizaciones profesionales, así como  
las personas que participan en la formación profesional de los  
periodistas y demás agentes de los grandes medios de comunica  
ción y que les ayudan a desempeñar tareas de manera responsa  
ble ,deberían acordar particular importancia a los principios  
de la presente declaración en los códigos deontológicos que es  
tablezcan y por cuya aplicación vela.

"Artículo IX. En el espíritu de la presente declaración,  
incumbe a la comunidad internacional contribuir a establecer

las condiciones necesarias para una circulación libre de la información y para su difusión más amplia y equilibrada, así como las condiciones necesarias para la protección en el ejercicio - de sus funciones , de los periodistas y demás agentes de los medios de comunicación .

"La UNESCO está bien situada para aportar una valiosa contribución en esa esfera.

"Artículo X.1. Con el debido respeto de las disposiciones institucionales que garantizan la libertad de información y de los instrumentos y acuerdos internacionales aplicables, es indispensable crear y mantener en todo el mundo condiciones que permitan a los órganos y a las personas dedicadas profesionalmente a la difusión de la información alcanzar los objetivos de la presente declaración .

"2.- Es importante que se estimule una circulación libre y una difusión más amplia y más equilibrada de la información.

"3. Con tal fin , es necesario que los estados faciliten la obtención, para los medios de comunicación de los países en desarrollo, de las condiciones y los medios para fortalecer y extenderse y que favorezcan la cooperación entre ellos y con los medios de comunicación de los países desarrollados .

"4. Asimismo, basándose en la igualdad de derechos, en la ventaja mutua y en el respeto de la diversidad de las culturas,

elementos del patrimonio común de la humanidad es esencial que se alienten y desarrollen los intercambios de información, tanto bilaterales, como unilaterales entre todos los estados, en particular, entre los que tienen sistemas económicos y sociales diferentes.

"Artículo XI. Para que la presente declaración sea plenamente eficaz, es preciso que se garantice, con el debido respeto de las disposiciones legislativas y administrativas y de las demás obligaciones de los estados miembros, la existencia de condiciones favorables para la acción de los medios de comunicación de conformidad con las disposiciones de la declaración universal de derechos humanos y los principios correspondientes enunciados en el pacto internacional de derechos civiles y políticos aprobados por la Asamblea General de las Naciones Unidas en 1966."

"París, 22 de Noviembre de 1978."

NOTA: La UNESCO es uno de los organismos internacionales más importantes del mundo, los distintos países que en ella participan elaborando documentos educativos, jurídico internacionales, políticos, etc., también han abordado el tema de la moral en la comunicación social. La UNESCO ha considerado conveniente hacer una Declaración Sobre Los Medios De Comunicación Social, la cual fue necesario incluir en el presente capítulo de la tesis. El texto lo reproducimos íntegro del libro de Hernán Uribe O. (12)

RENOVACION MORAL Y COMUNICACION SOCIAL  
CON EL PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE -  
LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS LICENCIADO  
MIGUEL DE LA MADRID HURTADO .-

Teniendo presente el aspecto moral social desde su campaña presidencial ,el Licenciado Miguel de la Madrid Hurtado, Presidente Mexicano para el periodo 1982-1988, adoptó el lema :  
"RENOVACION MORAL DE LA SOCIEDAD."

Renovar -según el Diccionario de la Real Academia Española-, es hacer como de nuevo una cosa, o volverla a su primer estado; restablecer o reanudar una relación u otra cosa que se había interrumpido ;trocar una cosa vieja, o que ya ha servido ,por otra nueva.(13)

Así, la renovación moral es un restablecimiento de costumbres, hábitos o virtudes humanas, trocar las viejas costumbres por otras nuevas.

Sin temor a equivocarnos la RENOVACION MORAL propuesta por el Presidente De La Madrid, hace referencia a un cambio de malas costumbres o vicios por buenas costumbres o virtudes morales.

La renovación moral invocada por el Jefe de la Nación dió sus primeros pasos en base a una serie de principios,ideales o metas propuestas públicamente.

El Licenciado Miguel de la Madrid envió distintas inicia-

tivas de ley, entre otras, la Ley General de Salud para protección de la salud física y mental, para regular la publicidad relativa a tabaco y bebidas alcohólicas, etc; promovió la re-reglamentación de declaración de bienes patrimoniales de funcionarios públicos, etc.

Avanzando en lo que es la renovación ética social, el Lic. De La Madrid y su gabinete no dieron marcha atrás en la moralización y empezaron a aplicar la ley y la justicia.

Como consecuencias más próximas ,entre 1982 y 1986 ,se realizaron detenciones, por ejemplo , de altos funcionarios públicos, se destituyó a candidatos priístas a gubernaturas estatales; se detuvo a varios jefes del narcotráfico, labor que la Procuraduría General de la República y otras instituciones policíacas continúan.

En un confuso ambiente nacional, el Presidente De La Madrid ha sobrellevado la situación y mostrado el camino de la democracia mediante la promoción del cambio de costumbres dentro del propio sistema de gobierno .

Ante una crítica de la actuación pública de la administración gubernamental de México, el "Cuarto Poder" formado por los comunicadores sociales ha hecho uso de la Libertad de Expresión que es su propia esencia.

No es fácil olvidar la situación que vivía el país a prin-



cipios del sexenio 1982-1988; se trataba de un país en donde al parecer nadie era amigo de nadie y todos se perseguían , con o sin bases.

El Estado y sus funcionarios públicos atacaban a la iniciativa privada, y estos a su vez mostraban su descontento y desconfianza nacional, reflejada en el cierre de empresas e industrias , recorte de personal, depósito de capitales en el extranjero, etc.

No ha sido fácil que la confianza retorne a México, sin embargo la renovación moral sigue sus propósitos y al parecer la situación ha cambiado con el esfuerzo de los sectores privados, público, social, obrero, y campesino, entre otros.

Los comunicadores sociales mexicanos ante las difíciles circunstancias actuales han adoptado una actitud generosa, comprensiva , paciente ante la crisis de todos los sectores y con optimismo realizan su labor comunicativa e informativa.

Otros periodistas decididos y con todo derecho, continúan señalando las aberraciones del sistema político nacional; la administración pública sexenal ha recibido constantes ataques -- bien fundados , sin más salidas que la corrección , la prensa ha sido veraz y realista sin que ello constituya ocasión para la difamación o la calumnia.

Ciertamente, que sí ha habido casos en que se ha llegado a la ofensa hostigante y otros comunicadores sociales continúan

en una actitud en que no parece interesarles la profundidad y trascendencia de una RENOVACION MORAL DE LA SOCIEDAD en la cual los periodistas o comunicadores sociales tenemos quizas la más grande responsabilidad.

"El día 3 de diciembre de 1982 la Cámara de Diputados dió entrada, entre otras iniciativas del Presidente De La Madrid, a la relativa a las reformas a los artículos 1916 y 2116 del Código Civil para el Distrito Federal que destacan la necesidad de adecuar las normas relativas a la responsabilidad civil que produce el daño moral ." Texto citado por Leopoldo Borrás(14)

Conforme a la iniciativa, los cambios en el Código Civil "contribuirán a completar el marco que nuestras leyes establezcan para lograr una convivencia en la que el respeto a las libertades no signifique la posibilidad de abusos que atenten contra las legítimas afecciones y creencias de los individuos, ni contra su honor y reputación .

Respecto a la responsabilidad por daño moral agrega la iniciativa del Licenciado Miguel De La Madrid que "lo anterior -se aclara- es particularmente importante en los casos en que a través de cualquier medio, incluyendo los de difusión, se ataca a una persona atribuyéndole supuestos actos, conductas o preferencias, consideradas como ilegales o violatorias de los valores morales de la sociedad."

La RENOVACION MORAL propuesta por el Presidente de la República ,lógicamente abarcó el campo de la comunicación social- el más importante ,después de la libertad de cultos y - de educación .

Si bien renovar es volver una cosa a su primer estado,el cambio moral propuesto ,debe remontarse entónces-para los comunicadores sociales mexicanos -a sus áreas, medios y ejecutores en relación a las legislaciones originales ya existentes sobre prensa,radio ,cine y televisión nacionales,que desde su expedición contemplan y regulan el aspecto moral-social y los derechos y obligaciones que al respecto tenemos los comunicadores sociales.

No obstante las reglamentaciones jurídicas existentes que norman el comportamiento ético en el campo de la comunicación, el gobierno actual insistió respecto a la responsabilidad por "daño moral" ,calificada por muchos periodistas y periódicos como "ley mordaza".

La aguda y atinada observación de muchos periodistas ,comunicadores sociales, escritores,etc.,advirtió a la comunidad periodística y de comunicación colectiva nacional, sobre las delicadas,reformas al Código Civil para el Distrito Federal,y sus consecuencias posiblemente negativas contra el ejercicio de la Libertad de Expresión,Opinión e Información .

Después de leer la obra de Historia del Periodismo Mexicano de Leopoldo Borrás ,editada por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), surge una reflexión respecto a la "Responsabilidad por Daño Moral ", calificada o mejor conocida como "LEY MORDAZA", y sobre ello consideraremos la opinión de los más importantes periódicos y periodistas de la capital del país.(15)

EL UNIVERSAL .- "Las reformas a dos artículos del Código Civil son arma de dos filos que establecen sanciones económicas para quienes cometan el daño moral; constituyen graves atentados a la libre y necesaria manifestación de las ideas...."

EXCELSIOR.- "Hay que limitar y precisar con claridad, con buena técnica jurídica ,lo que parece una trampa abierta para que en ella caiga cualquiera."

NOVEDADES .- "¿Puede estudiarse en una semana una cuestión de tanta trascendencia como el de la tasación en efectivo de - daños morales?, quieren llevarnos hacia la unanimidad obsecuente y aplaudidora."

UNO MAS UNO.- Nadie quiere fueros para la prensa pero tampoco es deseable el cercamiento de su actividad con ordenamientos hostigantes."

SNRP.- El Sindicato Nacional de Redactores de la Prensa, a través de su líder ,Rigoberto López Quezada, calificó a la ley como "LEY MORDAZA."

UPD.- La Unión de Periodistas Democráticos (UPD) encabezados

por Miguel Angel Granados Chapa, manifestaron que "se pretende cegar una de las vías más fructíferas de la investigación periodística, ya que con el llamado delito de deslealtad, para los servidores públicos que transmitan información a los periodistas, si se aprueba este artículo, sólo habrán de atenerse a la información oficial, con mucha frecuencia pariente cercana de la propaganda."

SIP.- La Sociedad Interamericana de Prensa, pidió a los señores rechazar el dictámen aprobatorio por considerar tales artículos "atentatorios a la comunicación", preocupación relativa a las reformas a los artículos 1916 y 2116 del Código Civil del D.F.

Miguel González Avelar, entonces líder del Senado, pidió el 17 de diciembre de 1982 (fecha en que aparecieron las declaraciones de rechazo a la mordaza en distintos diarios de la ciudad de México), "no linchar la ley moral" a lo que la prensa nacional respondió una vez más.

Los días 19 y 20 de diciembre de 1982 El Universal escribió en primera plana "Repudio a la Mordaza, González Avelar no se define."

Excelsior en primera plana del diario se dio preferencia a las declaraciones del vocero del Partido Acción Nacional Altamirano Dimas de "Dejar el debate del daño moral para el próximo período."

El Herald de México, señaló en primera plana que "en es-

tos momentos la situación se ha tornado ya muy tensa y las olas de protesta, sobre todo por quienes laboran en medios de comunicación masiva, han manifestado su contrariedad de maneras diversas..., lo han hecho y habrán de seguir haciéndolo sino se da marcha atrás en el intento de poner coto a la libre expresión de las ideas y de las palabras."

La conflictiva ley sobre "Daño Moral" o "Ley Mordaza" para la prensa nacional, no fue aceptada por los periodistas y el 19 de diciembre de 1982 se publicó en 11 diarios de la capital un anuncio cuyo texto reproducimos del libro de Leopoldo Borrás.

"Se convoca a todos los periodistas interesados en defender la libertad de expresión a , una manifestación silenciosa el lunes 20 de diciembre a las 10 horas frente al Senado de la República, ubicado en Xicoténcatl número 9, para protestar contra la iniciativa de reformas a los artículos 1916 y 2116 del Código Civil, por considerarla atentatoria contra la libertad de expresión consagrada en los artículos VI y VII de nuestra Constitución. Fraternalmente, Reporteros de El Universal, El Herald de México, Novedades, La Prensa, Ovaciones ,Avance, El Universal Gráfico, Excélsior , Uno Más Uno, Rotativo y La Afición ."

El Club de Periodistas de México; a través de su presidente Antonio Saenz de Miera avisó en Excélsior: "A los compañeros periodistas.

"En torno a la situación creada por la llamada 'Ley Moral', con la que estamos en desacuerdo, hacemos un llamamiento a la seriedad a todos los compañeros periodistas para evitar que nuestra incoformidad se vea convertida en una fórmula política que se revierta en contra de las instituciones nacionales...

"... Al mismo tiempo, solicitamos a la Cámara de Senadores que sea integrada una comisión con representantes de la Cámara Alta y la representación de la Prensa Nacional, que se haga responsable de las reformas que garanticen la inviolabilidad de los artículos 6 y 7 de la Constitución General de la República."

Describe además, Leopólido Borrás, que "el 20 de diciembre de 1982 se celebraron varias manifestaciones de periodistas y trabajadores de la comunicación, que en número cercano a los 300 se reunieron frente a la Cámara de Senadores en la Plaza Sebastián Lerdo de Tejada, en la ciudad de México. (16)

"Muchos de ellos se colocaron cinta adhesiva en la boca a manera de mordaza e hicieron una guardia al pie del monumento a Belisario Domínguez, en el patio del edificio de la Cámara Senatorial."

El diálogo con el senado nunca llegó y los periodistas realizaron marchas silenciosas hacia los monumentos a Francisco Zarco, Benito Juárez, Belisario Domínguez, A la Independencia; mientras en el interior del país, en la provincia mexicana las

protestas también se extendieron desde Chihuahua ,Sinaloa,Sonora,Campeche,Baja California,entre otros estados.

Las manifestaciones intelectuales,y a pié ,continuában por árte de los comunicadores nacionales, así el día 27 de diciembre de 1982 en su sesión , el Senado aprobó las reformas o cambios a los artículos 1916 y 2116 del Código Civil,pero dispusieron la adición a la iniciativa presidencial del artículo 1916 Bis ,por lo cual el proyecto de decreto presidencial correspondiente quedó escrito de la siguiente manera ,de acuerdo a la reproducción que hacemos del libro de Leopoldo Borrás.(17)

"Decreto que reforma los artículos 1916 y 2116 y adiciona un artículo 1916 Bis del Código Civil para el Distrito Federal en materia común y para toda la República en materia federal.

"Artículo primero.Se reforman los artículos 1916 y 2116 del Código Civil para el Distrito Federal en materia común y para toda la República en materia federal,para quedar como sigue":

"Artículo 1916.- Por daño moral se entiende la afectación que una persona sufre en sus sentimientos,afectos,creencias,decoro,honor,reputación,vida privada, configuración y aspectos físicos,o bien en la consideración que de sí misma tienen los demás.

"Cuando un hecho u omisión ilícitos produzcan un daño mo



ral el responsable del mismo tendrá la obligación de repararlo mediante una indemnización en dinero, con independencia de que se haya causado daño material, tanto en responsabilidad contractual como extracontractual. Igual obligación de reparar el daño moral tendrá quien incurra en responsabilidad objetiva conforme al artículo 1913, así como el Estado y sus funcionarios conforme al artículo 1928, ambas disposiciones del presente Código.

"La acción de reparación no es transmisible a terceros por acto entre vivos y sólo pasa a los herederos de la víctima cuando ésta haya intentado la acción en vida.

"El monto de la indemnización lo determinará el juez tomando en cuenta los derechos de lesionados, el grado de responsabilidad, la situación económica del responsable y de la víctima, así como las demás circunstancias del caso.

" Cuando el daño moral haya afectado a la víctima en su decoro, honor, reputación o consideración, el juez ordenará, a petición de ésta y con cargo al responsable, la publicación de un extracto de la sentencia que refleje adecuadamente la naturaleza y alcance de la misma, a través de los medios informativos que considere convenientes. En los casos en que el daño derive de un acto que haya tenido difusión en los medios informativos, el juez ordenará que los mismos den publicidad al extracto de la sentencia, con la misma relevancia que hubiera tenido la difusión original.

"Artículo 2116.- Al fijar el valor y deterioro de una cosa, no se atenderá al precio estimativo o de afecto, a no ser que se pruebe que el responsable destruyó o deterioró la cosa con objeto de lastimar los sentimientos o afectos del dueño; el aumento que por estas causas se haga, se determinará conforme a lo dispuesto por el artículo 1916.

"Artículo segundo. Se adiciona con el artículo 1916 Bis, el Código Civil para el Distrito Federal en Materia Común y para toda la República en Materia Federal, en los siguientes términos:

"Artículo 1916 Bis. No estará obligado a la reparación del daño moral quien ejerza sus derechos de opinión, crítica, expresión e información, en los términos y con las limitaciones de los artículos 6 y 7 de la Constitución General de la República.

"En todo caso, quien demande la reparación del daño moral por responsabilidad contractual o extracontractual deberá acreditar plenamente la ilicitud de la conducta del demandado y el daño que directamente le hubiere causado tal conducta.

"Transitorio. Artículo único. Este decreto entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación." Lo firman las comisiones de Justicia y de Gobernación de la Cámara de Senadores.

En la exposición de motivos del dictamen se asentó que "por lo que toca a las reformas de los artículos 1916 y 2116 también considera (el Senado) aceptar la sugerencia de los ciu

dadanos Senadores Gonzálo Martínez Corbalá y Mariano Palacios Alcocer, y proponer la adición de un nuevo artículo, el 1916 Bis, que deje plenamente aclaradas dudas de orden teórico que puedan dar lugar a que se piense impropriamente que la reforma del artículo 1916 podría demeritar las libertades de opinión, crítica, expresión e información, que tan celosamente ha tutelado el Estado mexicano, el que siempre ha considerado que constituye la base y la condición de todas las demás formas de libertad, sugerencias que con algunas modificaciones integran el texto de dicho artículo 1916 Bis."

"El martes 28 de diciembre, los Diputados suprimieron de la iniciativa correspondiente al delito de deslealtad que se proponía incluir en el Código Penal.

"En el dictamen, la Comisión de Justicia de la Cámara de Diputados señaló que se consideró conveniente suprimir el delito de "Deslealtad" que proponía la iniciativa del Ejecutivo, en virtud de que las múltiples acepciones de la palabra deslealtad pudieran dar lugar a confusión e inseguridad.

"Las reformas aprobadas en la sesión del mismo día, amplían los tipos penales de abuso de autoridad, cohecho y peculado, y tipifican como delictivas nuevas conductas como uso indebido de atribuciones y facultades, intimidación, ejercicio abusivo de funciones, tráfico de influencia y enriquecimiento ilícito.

"En el caso del cohecho las penas pueden ir de tres meses a 14 años de prisión e inhabilitación de dos a 14 años de prisión, en el Gobierno, y sanciones económicas de 30 a 500 veces el salario mínimo de acuerdo al monto de lo exigido para incurrir en cohecho.

"La misma severidad en penas y sanciones se tipifican para quienes cometan el delito de peculado."

El Gobierno del Presidente Miguel De La Madrid (1982-1988) logró su objetivo de dejar en claro la obligatoriedad de evitar el Daño Moral y cómo reparar el mismo en caso de sucederse.

Como mencionamos anteriormente y en base a los documentos presentados de la obra de Leopoldo Borrás, la RENOVACION MORAL SOCIAL también incluye o incumbe a los profesionales de la comunicación social. Se advierte en las reformas a los artículos 1916 y 2116 del citado Código Civil, una ampliación de criterios relativos a la responsabilidad moral del comunicador colectivo.

La propia Constitución General de la República, y las legislaciones relativas a Imprenta, Cinematografía, Radio y Televisión, ya contenían -respectivamente- conceptos claros relativos a la ética, propia del profesional de la comunicación.

El Presidente Miguel De La Madrid y su Gobierno explican que "no estará obligado a la reparación del daño moral quien ejerza sus derechos de opinión, crítica, expresión e información,

en los términos y con las limitaciones de los artículos 6 y 7 de la Constitución General de la República."

La RENOVACION MORAL concebida por el Presidente Miguel De La Madrid debe interpretarse en el ámbito de la comunicación social nacional, como una reanudación o restablecimiento moral a partir de nuestra responsabilidad como periodistas o comunicadores colectivos, responsabilidad ética que emana de la propia Constitución y sus leyes reglamentarias de los artículos 6 y 7 que regulan el campo de la comunicación social.

Sin embargo, con prudencia los periodistas y comunicadores capitalinos -principalmente -advirtieron sobre los peligros posibles contra la libertad de expresión, sin olvidar -claro está - su responsabilidad moral .

CONCLUSIONES AL SEGUNDO CAPITULO.-

- 1.- Las primeras formulaciones oficiales de ética periodística propuestas mundialmente por comunicadores sociales organizados, se preparan en Estados Unidos de Norteamérica a principios del siglo XX, y en Francia desde 1918.
- 2.- En 1939 la Federación Internacional de Periodistas (FIP) adoptó el Código de Honor Profesional de los Periodistas que contiene cinco apartados.
- 3.- En 1948 la Conferencia sobre Libertad de Información efectuada en Ginebra, Suiza, aprobó el documento "Declaración sobre los Derechos, Obligaciones y Prácticas que han de incluirse en el Concepto de Información."
- 4.- En 1952 la Organización de las Naciones Unidas (ONU) aprobó el Primer Proyecto de Código Periodístico Internacional de Ética, conformado por cinco artículos básicos.
- 5.- En España desde 1968 se legislaron los Principios Generales de la Profesión Periodística.
- 6.- En 1972 la UNESCO retomó directamente las aspiraciones sobre Deontología Periodística.
- 7.- En 1973 la Organización Internacional de Periodistas (OIP) propuso una serie de principios morales para el periodista, incluidos en seis apartados.
- 8.- En 1978 la UNESCO aprueba los Estatutos para la Profesión

Periodística recomendados por "la Declaración sobre la Responsabilidad de los Medios de Comunicación".

9.- Los Principios de Etica Periodística aludidos en la Declaración de México(1980) son diez; estimados como normativas morales en 1980 durante la Segunda Reunión Consultiva de Organizaciones Internacionales y Regionales de Periodistas, convocada por la UNESCO, donde asistieron representantes de 350 mil periodistas del mundo.

10.-En México las primeras formulaciones sistemáticas de ética de la comunicación social expuestas, datan de 1913 en el caso de cinematografía, con el Primer Reglamento Cinematográfico aprobado por el Gobierno del Presidente Victoriano Huerta; la Ley de Imprenta aprobada en 1917 por el Presidente Venustiano Carranza; y la Ley Federal de Radio y Televisión promulgado en 1960 durante el Gobierno del Presidente Adolfo López Mateos.

11.- Las principales normativas morales para el recto ejercicio de la comunicación colectiva en México, prensa, radio, cine y televisión son reglamentarias de los artículos 6 y 7 constitucionales.

12.- Los principios morales universales del periodismo incluidos en más de 50 códigos de ética de igual número de países, son 15 conceptos: veracidad, objetividad, imparcialidad, defensa de la libertad de información, libertad de acceso a las fuentes infor-

mativas, exactitud, responsabilidad para con el público, igualdad de trato (nacionalidad, religión, política), integridad, respeto al derecho de rectificación, no injerencia en la vida privada, condena de la calumnia y la difamación, defensa del secreto profesional, y defensa de la paz.

13.- En 1943, en La Habana Cuba, se establece la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) aprobándose sus Estatutos y Reglamentos en el II Congreso Nacional y Panamericano de Periodistas.

14.- La Comisión de la UNESCO para el estudio de la Comunicación Social, postuló en 1980, cuatro tipos de responsabilidades para el periodista: a) Contractual, b) Social, c) Legal, y d) Ecuménica.

15.- Deducimos que el derecho internacional es una fuente abundante para enriquecer la deontología de comunicación social universal, según propone Karl Nordstrem Presidente de la Organización Internacional de Periodistas (OIP).

16.- En 1980 el Sindicato Nacional de Redactores de la Prensa (SNRP) da a conocer el Código Moral para la Prensa Mexicana que contiene diez incisos.

17.- El Código Latinoamericano de Ética Periodística conformado por diez artículos básicos, es el que recoge los principales conceptos internacionales de Deontología Periodística. (ver página 93).

18.- La Declaración de la UNESCO sobre los Medios de Comunicación



Social integrado por 16 Apartados Fundamentales Explicativos y 12 Artículos Normativos Deontológicos, es un documento válido para el ejercicio profesional de la comunicación colectiva en sus distintas áreas, como son: prensa, radio, cine y televisión. (ver página 99).

19.- La Renovación Moral de la Sociedad propuesta por el Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos Lic. Miguel de la Madrid, implicó en el ámbito de la Comunicación Colectiva, las reformas a los Artículos 1916 y 2116 del Código Civil para el Distrito Federal. Destacándose que "No estará obligado a la reparación del daño moral quien ejerza sus derechos de opinión, crítica, expresión e información, en los términos y con las limitaciones de los artículos 6 y 7 de la Constitución General de la República.

20.- La Renovación Moral concebida por el Presidente Miguel de la Madrid la interpretamos como una reanudación o restablecimiento moral a partir de nuestra responsabilidad como periodistas o comunicadores sociales, responsabilidad ética que emana principalmente de la propia Constitución y de sus leyes que reglamentan la comunicación colectiva.

21.- Ante posibles desviaciones oficiales para restringir y dañar la libertad de expresión, opinión e información, los periodistas organizados, libres e independientes de México, se opusieron en 1982, a las reformas a los artículos 1916 y 2116 del citado

Código Civil, calificando la Iniciativa de Ley Presidencial, como "Ley Mordaza".

22.- En 1982 la Cámara de Diputados suprimió la iniciativa - correspondiente al delito de "deslealtad" que el ejecutivo nacional Lic. Miguel de la Madrid se proponía incluir en el Código Penal.

## NOTAS BIBLIOGRAFICAS

- (1) Diccionario General de Periodismo ;José Martínez de Sousa  
1a.Edición,1981.Editorial Paraninfo, Madrid, España. p.102.
- (2) Uribe O.Hernán :Etica Periodística en América Latina.  
1a.Edición,1984.Editorial Iniciativa.México, pp.52,53 y 54.
- (3) Ley de Imprenta ,S.a.,S.I.
- (4) Anduiza Valdelamar Virgilio:Legislación Cinematográfica  
Mexicana,1a.Edición ,1984,Edición Filmoteca UNAM,México.p.26.
- (5) Cremoux,Raúl: La Legislación Mexicana en Radio y Televisión.  
1a.Edición ,1982.Editorial Universidad Autónoma Metropolitana(UAM) .Colección Ensayos .México p.p.19 y 20.
- (6) Uribe O.Hernán Ob.Cit.,p.p.121-122.
- (7) Idem.,p.51.
- (8) Idem.,p.55.
- (9) Idem.,124,125 y 126.
- (10) Idem.,p.p.165 y 166.
- (11) Idem.,p.167.
- (12) Idem.,p.168.
- (13) Diccionario de la Real Academia de la Lengua.Ob.Cit.p.1171.
- (14) Borrás Leopoldo .Historia del Periodismo Mexicano.1a.Edición ,1983.Editorial UNAM,México,p.p.101.
- (15) Idem., p.113 a 122.
- (16) Idem.,p.121.
- (17) Idem.,p.p.130,131,132 y 133.

## CAPITULO TERCERO.-

LA VOZ DE LOS PAPAS SOBRE EL EJERCICIOMORAL DE LA COMUNICACION SOCIAL .

Los Papas y la Comunicación Social ;1) Gregorio XVI (1831-1846), 2) Pío IX (1846-1878), 3) León XIII (1878-1903), 4) San Pío X (1903-1914), 5) Benedicto XV (1914-1922) , - 6) Pío XI (1922-1939), 7) Pío XII (1939-1958), 8) Juan XXIII (1958-1963) , 9) Pablo VI (1963-1978), 10) Juan Pablo I (1978-1978), 11) Juan Pablo II (1978-?), 12) Conceptos Morales Pontificios de Comunicación Social .

LA VOZ DE LOS PAPAS SOBRE EL EJERCICIO  
MORAL DE LA COMUNICACION SOCIAL.

Por su importancia ,uno de los criterios fundamentales - a considerar sobre la Filosofía Moral o Etica de la Comunica-- ción Social, es la Voz de la Iglesia Cristiana al respecto. -

La Sede principal de la Cristiandad actual y de siempre,- mejor dicho la capital de la Iglesia Católica considerada como una institución con solvencia moral, económica y política por su jerarquía ,es el Estado Vaticano en Roma, Italia.

El Estado Vaticano tiene reconocimiento internacional a partir del Concordato de Letrán (incorporado a la Constitución Italiana) en que Benito Mussolini convino con Pío XI la crea-- ción de la Ciudad del Vaticano como Estado independiente y ba-- jo soberanía Papal a partir del 11 de febrero de 1929.

La anterior aclaración la hemos considerado a partir de lo manifestado por el Arzobispo Jeronimo Prigione ,Delegado Apostó-- lico del Vaticano en México, dentro de la Conferencia del Epis-- copado Mexicano en su XXXV Asamblea Plenaria Extraordinaria rea-- lizada del 28 de enero al 1 de febrero de 1985 en Guadalajara, Jalisco. (1)

En aquella ocasión el Arzobispado Mexicano afirmó :La I-- glesia No Está en Pugna con el Estado", aclarando el Obispo de

Ciudad Obregón ,Sonora, Monseñor Luis Reynoso lo siguiente:

"Si la Iglesia Católica es una persona moral completa por - disposición de su Divino Fundador con ordenamiento jurídico primigenio, no significa que pretenda ser ni que se le deba considerar como un poder temporal en competencia con el Estado ."

El Arzobispo Prigione agregó que "Esta Iglesia, constituida y ordenada como sociedad en este mundo, subsiste en la Iglesia Católica, gobernada por el sucesor de Pedro (el Papa) y por los Obispos en comunión con El.

"La ordenación divina que estableció la personalidad jurídica de la Iglesia Católica es evidente, por el mismo hecho de su fundación por Cristo como una sociedad perfecta, suprema e independiente, de todos los cristianos, dotada de todos los medios (especialmente los sacramentos) necesarios para alcanzar su fin sobrenatural y esencial; es decir, el establecimiento del Reino de Dios y la salvación eterna del hombre.

"La persona moral o jurídica es un sujeto de derechos y obligaciones y la personalidad jurídica es la capacidad de derechos y obligaciones. La Iglesia Católica no se puede colocar exactamente en mismo nivel de un Estado o de cualquier otro sujeto de derecho internacional... Tiene como su propia finalidad la difusión del Evangelio y la defensa de los valores espirituales y morales en el mundo, entre los que el amor fraternal,

la justicia ,la libertad y la paz toman el lugar principal."

El Prelado Jeronimo Prigione fue claro en sus apreciaciones respecto a que la Iglesia en México no está en pugna con el Estado mexicano ,y añadió: "Sin embargo ,bajo el aspecto social no es difícil encontrar cierta analogía entre la estructura básica del Estado y la de la Iglesia.El Estado se puede describir como una comunidad de personas vinculadas por leyes ,usos y costumbres comunes en un sólo cuerpo político,bajo la autoridad de un jefe supremo,administradas por un gobierno central organizado,que ,por medio de la contribución común de esfuerzos,aspira a procurar el bien general de toda la comunidad.

"La Iglesia es también una comunidad de personas ,constituida por sus miembros (los fieles) en un cuerpo organizado, vinculada por los Sacramentos,el Derecho Canónico,las Constituciones Apostólicas y la Tradición,bajo la suprema autoridad del Soberano Pontífice,gobernada por la Santa Sede y los Obispos,y que aspira a conseguir el fin supremo de su institución,es decir, la salvación eterna de sus miembros."(2)

Para desarrollar el tercer capítulo de la tesis, nos documentamos en la obra de Jesús Iribar en "El Derecho a la Verdad" Doctrina de la Iglesia sobre prensa ,radio,cine y televisión (1831-1968) de la Biblioteca de Autores Cristianos.(3)

## LOS PAPAS Y LA COMUNICACION SOCIAL.-

"La Iglesia--señala Iribarren--no se contenta hoy con pedir a los periodistas católicos, cautela ante los peligros, apologética defensiva y pasiva obediencia; les abre un horizonte de responsabilidad creadora, de difusión positiva del bien, de alegre vanguardia.(4)

"Para la Biblioteca de Autores Cristianos (BAC) resulta útil recoger los documentos de teología de las comunicaciones. La palabra de los Papas tendría triple eficacia: la de un tratado --no sistemático-- , pero sí abundante de deontología periodística ; la de una historia de la evolución y desarrollo doctrinal, y la de esa apuntada teología de las comunicaciones sociales que oriente la función de la prensa en la Iglesia como expresión de su opinión pública interna y como altavoz de su verdad hacia el mundo."

Nota.- Después de mencionar los sucesos importantes que ocurren en cuanto al avance de la comunicación social y sus medios durante cada pontificado, expondremos una síntesis o resumen documental pontificio relativo a cada Papa, iniciando con Gregorio XVI en 1831 primer Pontífice que toca el tema de la moral en comunicación social , para terminar con los conceptos deontológicos propuestos por Juan Pablo II en 1986.

Antes de exponer LA VOZ DE LOS PONTIFICES SOBRE LA ETICA DE LA COMUNICACION SOCIAL, es justo reconocer la admirable la-



bor de investigación y recopilación documental realizada por Jesús Iribarren que conforma su obra "El Derecho a la Verdad".

Su mérito excepcional, en nuestra opinión, consiste en haber reunido exclusivamente para la comunicación social, cientos de documentos pontificios, encíclicas, Syllabus, declaraciones, textos de conferencias, etc., que exclusivamente se refieren a la ética de este campo de trabajo profesional.

Iribarren en su libro expone los deberes morales propios del comunicador social, considerada su obra como Doctrina de la Iglesia sobre prensa, radio, cine y televisión.

Su libro, un auténtico tratado deontológico de comunicación colectiva, muestra la visión previsor de los Papas, representantes de la cristiandad universal, sobre la responsabilidad moral de quienes nos encargamos de comunicar a la sociedad sobre su desarrollo en todas las actividades humanas.

Original además la aportación del trabajo de Iribarren porque demuestra la actitud vigilante de la Iglesia Católica representada por los Pontífices, ya que se adelantan en más de 70 años a las propias formulaciones éticas de las organizaciones y asociaciones periodísticas internacionales, ya que los Papas inician sus criterios morales de comunicación social con Gregorio XVI en 1831, mientras que el primer acercamiento moral realizado por los propios periodistas asociados se lleva a cabo en Estados Unidos hasta principios del siglo XX, y después de 1918 en Francia.

Oportuno es advertir que la Etica de la Comunicación Colegtiva expuesta en el segundo capítulo de la tesis y cuyos antecedentes más remotos datan de principios de siglo XX, constituye la Deontología Periodística formulada en más de 50 códigos de ética del periodista en igual número de naciones que los han <sup>est</sup>preparado a partir de 1900.

Estos criterios morales formulados por las Asociaciones Periodísticas de distintas naciones, NO SE OPONEN, NI CONTRADICEN, NI SON INCONGRUENTES; MEJOR AUN SON COMPATIBLES Y SE ASEMEJAN, a los criterios morales pontificios de comunicación social mismos que se proponen desde 1831, iniciando con Gregorio XVI, para continuar con Pío IX, León XIII, San Pío X, Benedicto XV, Pío XI, Pío XII, Juan XXIII, Pablo VI, Juan Pablo I y Juan Pablo II.

GREGORIO XVI (1831-1846)

A partir de Gregorio XVI podemos observar la evolución de las relaciones entre Papas y empresas de comunicación social, cuyos acontecimientos sobresalientes en este período pontificio son los siguientes:

1.- En 1826 conforme la primera estadística de prensa, existían en Europa 2 mil 142 periódicos diarios, 978 en América y 48 en el resto del mundo.

2.- En el Pontificado de Gregorio XVI la palabra 'Prensa' sugiere principalmente al "libro", instrumento primordial en la exposición de ideas y sistemas.

3.- La doctrina pontificia se dirigirá indistintamente a intelectuales, escritores y periodistas.

4.- La primera voz papal es una voz de alarma, Gregorio XVI condenó al sacerdote francés Hugo Felicidad Roberto de Lamennais en la Encíclica "Mirari Vos", enjuiciando sus doctrinas filosóficas racionalistas publicadas en la revista L'Avenir, como "El Ensayo sobre la Indiferencia en Materia Religiosa".

## RESUMEN DOCUMENTAL PONTIFICIO

Conforme la Encíclica MIRARI VOS de Gregorio XVI los aspectos por él considerados se reproducen enseguida del libro de Iribarren:

"A.- Condena la absoluta libertad de imprenta. B.- No se compensa el divulgar muchos errores, con la publicación de al-

guno que otro libro que defienda la religión. C.-Los apóstoles quemaron los libros malos;el Concilio de Letrán y el de Trento, como los pontífices, legislaron sobre la prohibición de éstos, para ello se creó el Indice.D.- Es injurioso, falso y temerario afirmar que la previa censura se opone a lo justo, y que la Iglesia no tiene derecho para imponerla."

PIO IX ( 1846-1878)

En el período Papal de Pío IX los acontecimientos sobresalientes en materia de comunicación humana son:

1.- La consolidación de las agencias informativas ;en 1857 la Associated Press, en 1849 la Reuter.

2.- La fundación de la primera escuela de periodismo en 1878 en Estados Unidos de Norteamérica.

3.- El uso del telégrafo por el Morning Chronicle en 1845. La instalación del primer cable submarino en 1850, que atravesó el Atlántico en 1857.

4.- Uso de la prensa rotativa por primera vez en 1865, aun cuando inventada en 1846.

5.- La construcción del teléfono por Reis en 1861, y del micrófono por Hughes en 1878.

6.- Pío IX al iniciar su pontificado continúa apreciando en las revistas sólo una "técnica librera" que multiplica y propaga a diario los libros impíos. Convocando a los católicos a contraatacar con otros libros aprobados por los Obispos.

7.- El Papa usa el Giornale Di Roma, fundado como órgano del Papa en 1849; apoya a los jesuitas para fundar La Civiltà Cattolica en 1850 y L'Osservatore Romano en 1861.

Pío IX escribió la Encíclica "Nostis Et Nobiscum" y la Compilación del "Syllabus" de donde transcribimos los siguientes

tes conceptos morales relativos a la comunicación colectiva, apoyándonos desde luego en el libro "El Derecho a la Verdad" de Jesús Iribarren:

#### RESUMEN DOCUMENTAL PONTIFICIO

"A.- Uso destructor de la técnica libresca ,manipulada por enemigos de la Iglesia que no dejan a diario de dar a conocer publicamente libros impíos, revistas y hojas sueltas repletas de mentiras. B.- Para atacar el mal, es útil publicar otros libros ,aun pequeños aprobados por el episcopado.C.- El que los escritores se subordinen a la autoridad eclesiástica no está limitado por la infalibilidad de la Iglesia.D.- La libertad todopoderosa de opinión y expresión conlleva la indiferencia y provoca la corrupción moral e intelectual.E.-Contrariamente los Obispos no están sujetos al permiso o autorización gubernamental para difundir su doctrina, más si viene del Papa, pero aunque únicamente sea episcopal y dirigida a su dicésis.F.- Los Estados no pueden obstaculizar la comunicación libre de los Obispos y Fieles entre sí , y de todos con la Sede Apostólica. "

LEON XIII (1878-1903)

El desarrollo de la comunicación social continúa durante el papado de León XIII y cabe considerar al respecto lo siguiente:

1.- Hertz descubre las ondas electromagnéticas.

2.- Lumiere el cine en 1895; Marconi la telegrafía inalámbrica en 1895, y en 1901 se realiza la primera comunicación sin hilos entre Europa y América.

3.- León XIII recibe en febrero de 1879 a un millar de periodistas, en la primera audiencia de este tipo en la historia del periodismo católico, a quienes señala que "estos tiempos necesitan de vuestro auxilio...la costumbre, ya universal de editar periódicos, se ha convertido en una necesidad...hay que convertir en medicina de la sociedad y en defensa de la Iglesia lo que los enemigos usan para daño de ambas." (5)

4.- Según estadística, en 1896, se publicaban en Europa exclusivamente- 23 mil periódicos, diez veces más que setenta años antes.

5.- León XIII en todos sus documentos nunca olvida a los periodistas, empleando algún párrafo para llamar su atención sobre su deber y papel, constructivo o destructor.

6.- Para defender del error a los sencillos y poco preparados el Papa legisla sobre el Índice y reglamenta la prohibición de lecturas con normas que durarán en sustancia hasta

el Concilio Vaticano II ( Constitución Officiorum Ac Munerum).

7.- No tiene miedo a la verdad por desagradable que sea abriendo los archivos vaticanos a los investigadores, católicos o nó, en la seguridad de que "las calumnias contra la Iglesia sólo se hacen fuertes en la ignorancia." (Carta Saepenumero).

León XIII en su pontificado emitió distintos juicios morales , los cuales señalaremos en el resumen documental pontificio, después de citar los documentos escritos por él .

Encíclicas: "Quod Apostolici Muneris", "Esti Nos", "Cum Multa", "Nobilissima Gallorum Gens", "Inmortale Dei", "Libertas", "Exeunte Iam Anno", "Dall'Alto", "Longiqua Oceani", "Permoti Nos", "Spesse Volte", "Graves De Communi", "Annum Ingressi", de los cuales transcribimos -apoyándonos en el texto de Jesús Iribarren- los siguientes criterios morales:

#### RESUMEN DOCUMENTAL PONTIFICIO.-

"A.- Situación de hecho .Los socialistas, comunistas y nihilistas tratan de derribar los fundamentos de la sociedad civil y utilizan ya numerosos diarios para difundir sus opiniones. Igualmente la mano de la masonería se ve detrás de muchas campañas. Puede decirse que la prensa es responsable de la mayor parte de los males de la época. Escándalo del teatro, periódicos y artes aplicadas a ennoblecer la torpeza. B.- Reacción necesaria.- Pero la prensa es ya una necesidad .La pasión de leer prende con



violencia y hay que usar para bien lo que los otros usan para el mal. La Iglesia necesita a los periodistas católicos. Que sus plumas se sientan animadas y los que tienen dinero les apoyen. Hay que afrontar con ánimo la lucha; la prensa diaria puede contribuir mucho a la educación de las masas, la supresión de la violencia, el cumplimiento de los deberes y el respeto ciudadanos."

"Debe mantener viva entre los católicos la conciencia de la situación injusta creada por la usurpación de los Estados Pontificios. La prensa católica tiene un especial papel en aquellas naciones en que, por convivir con no católicos, los fieles necesitan mayor ilustración. Hay que tener valor: suspensión de periódicos católicos en Italia, vejaciones a la prensa católica. No decaer en las amarguras que se echarán sobre los periodistas católicos. Negar el apoyo a la prensa mala. El propio Papa abre sus archivos: la historia destruye a la calumnia; las investigaciones serias deben sustituir a las narraciones simplistas.

"C.- Principios y criterios. 1.- En cuanto a la libertad de opinión y expresión. No existe el derecho ilimitado de hablar y escribir: libertad subordinada a la verdad y el bien, no concedida al error y al mal. No es lícito proteger con la ley la publicación de errores, sino que aquélla debe reprimirlos, protegiendo al ciudadano incapaz de hacerlo por sí. Pero en lo

opinable está permitida la libertad, que ayuda para la averiguación de la verdad, con tal de que se eviten las disensiones entre católicos, en Bélgica, en España. Nada desean más los enemigos.

"No se debe identificar a un partido con la fe católica, ni pretender hablar desde uno de ellos en nombre de la Iglesia o dejar de tener a los otros por católicos. Para mantener la unión, obedecer al Papa y a los obispos. Lenguaje moderado; no ofender la piedad de los fieles ni defender novedades en la orientación de la sociedad o de la Iglesia.

"2.- Disposiciones canónicas. Previa censura en materias que afecten a religión y moral ; condenación de escritos que las ataquen ; prohibición a los católicos de colaborar en tales periódicos. Los miembros del clero no pueden dirigir periódicos ni revistas sin licencia del ordinario, ni escribir sobre otras materias, aunque no traten de religión, igual en libros que en periódicos. No deben introducirse periódicos en los seminarios sin autorización del obispo.

"3.- En materia de organización. Sería deseable algún organismo de orientación de lecturas y de edición, incluso de diarios, en todas las provincias."

SAN PIO X (1903-1914)

A cinco meses de la elección de San Pío X se inicia una serie de importantes avances en comunicación humana entre los que podemos citar los que siguen(6):

1.- Los hermanos Wri<sup>g</sup>th dan a conocer al mundo la realidad del primer vuelo.

2.- En 1903 el Diario Times usa el radiotelégrafo para transmitir noticias de la guerra ruso-japonesa. En 1907 las fotografías pueden enviarse por hilos del telégrafo.

3.- En 1909 las noticias gráficas se asoman a las pantallas cinematográficas con el primer noticiero semanal "Pathé".

4.- San Pío X tiene un tono de prohibición y de cautela que predomina en un Papa que ha sido considerado y declarado Santo y se distinguió por su bondad de carácter.

5.- Prepara el Decreto de la Sagrada Congregación Consistorial del 10 de diciembre de 1912 que contiene la primera alusión de un documento eclesiástico al cine, en su doble versión de "cinematógrafo y proyecciones".

San Pío X al igual que sus antecesores atendió con oportunidad la importancia del avance de la comunicación colectiva para lo cual escribió los siguientes documentos, a partir de los cuales reproducimos los aspectos morales por él señalados en sus Encíclicas "Fin Dalla Prima Nostra", "Pieni L'Animo",

"Pascendi", " Iam Dudum In Lusitania", Carta en el Centenario del Edicto de Constantino y a Francisco Veulliot."

Fundándonos en el libro de Jesús Iribarren ,reproducimos de él mismo el siguiente :

#### RESUMEN DOCUMENTAL PONTIFICIO.-

"A.- Contra el peligro del modernismo teológico. Normas sobre constitución de Consejos Diocesanos de Vigilancia, Censura Previa y Secreta, prohibición de libros, cautela sobre su difusión y sobre la introducción de periódicos en los seminarios, control de la actitud de los libreros católicos. Prohibición de que el clero dirija periódicos o revistas sin licencia del ordinario ,y cuidado con los sacerdotes que colaboran como "co--rresponsales " de revistas.

" B.- Sobre la prensa en general. La prensa católica está maniatada en Portugal. La acción de la prensa impía en Brasil debe contrarrestarse. Actitud de doblez de cierta prensa italiana que se dice católica, pero querría olvidar el despojo de la Iglesia. Postura paradójica de quienes quieren todas las libertades menos si se trata de la Iglesia. Veulliot , modelo del escritor católico.

"El clero debe dar a censurar todo escrito sobre cualquier materia y necesita permiso del ordinario para dar conferencias sobre acción popular cristiana. Los católicos sometan a censura

cuanto se refiere a religión y estén sujetos a la autoridad de los obispos ,eviten las polémicas internas y únanse para facilitar la elección de candidatos dignos.

"No sembrar entre los pobres la aversión a los ricos, ni hablar de reivindicaciones de justicia cuando sólo se trata de caridad .No sugerir la idea de nuevas orientaciones en la Iglesia, la vida cristiana ,el clero...No burlarse de la piedad popular."

BENEDICTO XV ( 1914-1922)

En 1917 Benedicto XV trabaja por socorrer y dar alimento a miles de seres humanos hambrientos, organizando transmisiones de radio maratónicas dirigidas a todo el mundo. En materia de comunicación colectiva durante su período papal, en 1920 se inicia en Estados Unidos e Inglaterra el funcionamiento normal de emisoras comerciales, y en 1921 el belinógrafo proporciona las primeras fotografías de prensa por radio.

Benedicto XV escribió las Encíclicas "Ad Beatissimi" y "Pacem Dei Munus" y la Carta al Presidente de la Sociedad de San Pablo, de donde -basados en el libro de J. Iribarren- reproducimos el siguiente :

## RESUMEN DOCUMENTAL PONTIFICIO.-

" A.- Trabajo de los periodistas por la pacificación de los espíritus. B.- Los enemigos buscan la división de los católicos: hay que evitarla. C. Mensaje a la Sociedad de San Pablo por el texto católico y la "Obra Nacional de la Buena Prensa."

PIO XI ( 1922-1939)

Con Pío XI los avances de la comunicación social completan los principales medios de difusión .Los acontecimientos - trascendentes que pueden citarse son :

1.- En 1926 el primer ensayo de televisión con imágenes reales, y en 1930 el público de Nueva York cuenta ya con emisiones experimentales.

2.- De 1928 es el teletipo, en 1929 ya ha triunfado el Ci ne Sonoro, en 1935 se organizan los primeros sondeos de opinión pública por parte del Instituto Gallup.

3.- Pío XI ocupará un lugar sobresaliente en la historia de la Iglesia y su relación con los medios de comunicación humana , ya que en febrero de 1931, el Papa acompañado por Guillermo <sup>M</sup>arconi, inaugura la emisora Radio Vaticano.

4.- La primera encíclica sobre el cine (Vigilanti Cura) es de Pío XI , al igual que la primera exposición mundial de la prensa católica ,que él abrió en mayo de 1936.

Ahora bien ,los documentos sobre comunicación social de Pío XI son los que a continuación se mencionan de los cuales se transcribe conforme al libro "El Derecho a la Verdad"de Jesús Iribarren, un RESUMEN DOCUMENTAL PONTIFICIO.-

Encíclicas "Rerum Omnium", "Divini Illius Magistri", "Casti Connubi", "Non Abbiamo Bisogno", "Caritate Christi", "Vigilanti Cura", "Mit Brenender Sorge", "Divini Redemptoris."

Fueron notables sus discursos : A Una Peregrinación A La

Curia Romana, A Los Participantes en el XXXVI Congreso de La Croix y de la Bonne Presse, Alocución "Siamo Ancora", y "Discurso a Representantes de Acción Católica de 25 países."

RESUMEN DOCUMENTAL PONTIFICIO.-

" A.- Situación de hecho .Contra las previsiones de los pesimistas , la prensa ha triunfado en el mundo, como triunfó la imprenta, la pólvora o el vapor. Pero la prensa católica es perseguida en Italia y en Alemania por los comunistas.

"La crisis económica, política y espiritual del mundo se manifiesta en todos los medios de difusión modernos puestos al servicio del mal. La santidad del matrimonio se ve ridiculizada en muchos escritos y espectáculos.

"B.- Consignas prácticas. La prensa es omnipotente: toda omnipotencia implica enorme responsabilidad. Hay que organizar en todos los países a la prensa católica y sumarla luego en una gran Federación Mundial, Que esto es posible lo sugiere la Exposición Mundial de Prensa Católica, celebrada, con algunas dolorosas ausencias, en el Vaticano.

"La prensa, radio, libros , espectáculos pueden ayudar en la educación de la juventud y en la campaña por la decencia del cine. Hay que formar lectores despiertos, no pasivos. Es caridad mayor dar ideas que limosnas. No basta contribuir a la prensa católica con dinero; hay que leerla.



"C.- Patrono de los Periodistas. San Francisco de Sales, que supo aunar la polémica con la moderación, es nombrado patrono de los periodistas católicos."

PIO XII (1939-1958)

Pío XII no improvisaba , escribía siempre sus discursos, a diferencia de su antecesor Pío XI que si improvisaba; luego enviaba personalmente sus textos originales a L'Osservatore - Romano o a las "Acta Apostolicae Sedis." (7)

Los adelantos en comunicación colectiva que se suceden durante su período papal son los que a continuación citamos:

1.- Pío XII es el primer Papa que se introduce en las casas mediante las pantallas de televisión , por invitación de la televisión francesa, el 17 de abril de 1949.

2.- Crea la Comisión Pontificia para el Cine, la Radio y la Televisión , o "Nuevos Medios Audiovisuales " .

3.- Ante los contrastes políticos de la época pide a los periodistas que creen un clima de paz justa, sin venganzas para solventar las bases de una convivencia libre y democrática.

Los documentos Pontificios relativos a la ética de la comunicación social preparados por Pío XII y de los cuales se deriva el resumen documental Pontificio son :

La Encíclica "Miranda Prorsus" sobre Cine, Radio y Televisión; el Primer Mensaje de un Papa por Televisión.

Sus Discursos Papales fueron dirigidos a: Recién Casados; A los Hombres de la Acción Católica Italiana; A Periodistas de

de Rumania; A Periodistas de los EE.UU., Gran Bretaña y Francia; A Los Dirigentes y Personal de Radio Italiana; A Los Jóvenes Romanos de Acción Católica; A Periodistas Norteamericanos.

A los Autores y Artistas de Cine y Teatro; A Representantes de la Radio de los Estados Unidos; A una Delegación de Periodistas Suizos ; A Un Grupo De Periodistas Franceses; A Periodistas Norteamericanos; A Periodistas Negros de los Estados Unidos; A Editores ,Directores y Escritores de Grandes Organismos de Prensa de los Estados Unidos; A Once Periodistas Huéspedes del Ministerio Americano de la Guerra; A La Sociedad Suiza de Radiodifusión; Radiomensaje Al Congreso Interamericano de Educación Católica.

Al Tercer Congreso Internacional De La Prensa Católica ; Encíclica "Anni Sacri", "Sermón del Día de la Pasión"; A La Conferencia Internacional de Radiodifusión En Altas Frecuencias.

Encíclica "Humani Generis"; Discurso a los Editores de Libros y Revistas; Radiomensaje al Episcopado de Sudáfrica; Encíclica "Evangelii Preacones"; Mensaje a la Asociación Internacional de la Prensa Deportiva; A la Orquesta de la Radio Bávara; A Representantes de Prensa, Radio y Televisión de los EE.UU.

Mensaje a Periodistas Austriacos ,A los Corresponsales Extranjeros de Roma; Mensaje en la Inauguración de la Radio Católica

lica de Chile; Mensaje de la Secretaría de Estado Al IV Congreso Internacional de la Prensa Católica; A La Televisión Europea; A Los Editores Católicos Italianos; A La Asociación Internacional de la Prensa Latina; Al Club de Mujeres Periodistas del Canadá; Al Sindicato de Cronistas Romanos.

Radiomensaje Al III Congreso Internacional de Comunicaciones ; A La Asamblea General de la Unión Europea de Radiodifusión ; Al Congreso Eclesiástico Dedicado A La Crítica Del Libro. Al Comité De Información Pública De La ONU; Al XIV Congreso Internacional de Editores; A Dirigentes De Agencias Informativas; A La Prensa Católica de EE.UU. ; y Radiomensaje En La Inauguración de la Nueva Radio Vaticana.

Pío XII generó como Papa de 1939 a 1958 , un total aproximado de 49 Documentos Pontificios de Comunicación Social, - por ahora , es el Pontífice que más escritos a dejado respecto al ejercicio moral de la comunicación colectiva ; de los cuales y basándonos en el libro de Jesús Iribarren ,reproducimos el siguiente:

#### RESUMEN DOCUMENTAL PONTIFICIO.-

"A.- Los "medios" en general.

"I. Valores positivos . Los medios de comunicación han de ser tomados en serio, como instrumentos del bien y del mal. Noble vocación de quienes los usan para defender los derechos de la persona y de la familia, transmitir valores humanos y no sólo entretener, proteger la cultura cristiana, iluminar los eg

píritus , defender el bien común. Los medios de información se han perfeccionado en las últimas décadas.

"2. Servicio a la verdad. Deben servir siempre a la verdad y al bien; aunque no sea fácil, es obligatorio. En el bien y en la verdad está el límite de la libertad, al bien no se le sirve con la desfiguración de los hechos. El periodista cae a veces en la falsedad deliberada y en la calumnia, o en las verdades a medias , subordinando la verdad a los intereses de la política o de la propia empresa y ahogando la verdad que debería ser oída en justicia.

"Es peor aún cuando la mentira siembra la desunión. Hay que luchar siempre contra la calumnia y el escándalo. Dificultades contra la objetividad de la información vienen también de la prisa con que hay que informar. Las consecuencias son graves , porque la rectificación no destruye totalmente el efecto de la falsedad.

"La verdad no tiene miedo a ser conocida; pero es discreta y exige a veces prudente reserva, justicia y caridad en la presentación de los hechos. Las masas de público carecen de criterios , son superficiales y tienen que ser educadas, para que no sean víctimas pasivas.

"3. Formadores de la Opinión Pública. La opinión pública es patrimonio de toda sociedad normal: es el eco natural de

los sucesos y situaciones en los espíritus y en el juicio de los ciudadanos; si no hay opinión pública o permanece muda, la vida social está enferma y la paz peligra. La Iglesia se coloca frente al totalitarismo en defensa de la opinión pública.

"La opinión pública tiene hoy mayor importancia, porque todos toman parte en la vida política, y los medios de influir en aquella son mucho más poderosos; eso da al ciudadano el derecho a saber la verdad; el pueblo tiene sus derechos en materia de información.

"No se la puede desorientar con una engañosa propaganda, ni ahogarla desde el poder, ni nutrirla de error y calumnia, lo cual envenena la sociedad política, ni negarle las premisas interiores que la hacen posible. Sólo una opinión pública bien formada puede atenuar el peligro de la libertad absoluta de prensa. También en el seno de la Iglesia, si falta la opinión pública, le falta algo a su vida. El publicista católico, en el seno de la Iglesia, se guardará igual de un servilismo mudo que de una crítica estéril y sin control.

"4.- La Iglesia ante los "medios". La Iglesia se preocupa de los problemas de la prensa, radio, cine y televisión con alegría y prudencia, creando organismos nacionales y diocesanos de vigilancia y promoción. El Papa usa con frecuencia personalmente los medios de masas.

"Quiere tener medios propios: la prensa católica es uno de los elementos que reflejan el progreso de una Iglesia, constituye una vanguardia, siempre de gran importancia, especialmente en los países donde rige la libertad de prensa, y en los países de misión.

"El Sacerdote debe conocer las modernas técnicas de difusión y las universidades y colegios católicos deben apoyarla. Deben usar métodos de sondeo para medir la eficacia entre las masas de sus medios de difusión. A esta acción de la Iglesia se oponen los intentos de censurar su voz, los medios puestos en algunos países al servicio del ateísmo y de la lucha anti-religiosa, las calumnias contra ella en un público ignorante.

"Hacia la Iglesia, la actitud del periodista católico debe ser de amor, de obediencia a los obispos, de respeto y de unión en lo fundamental, por encima de toda diversidad de criterios en lo secundario. No atribuir las decisiones de la Iglesia a motivos humanos. Para servir bien, comenzar por crear instrumentos de calidad técnica.

"5.- La autoridad del Estado. El Estado tiene derecho a frenar los desmanes de la pluma y a desterrar de prensa y espectáculos las causas de perdición. Su intervención es legítima, porque defiende un bien social. No es lícito el monopolio que se reserva el uso exclusivo de los medios de masas para fines

políticos , propagandísticos o económicos ;el Estado tiene que hacer posible el acceso a ellos de la Iglesia y de la Sociedad.

"B. Libro, Prensa, Radio y Televisión en Especial.

"I. El libro es uno de los vehículos principales de las ideas ;su acción es lenta, pero prolongada en el tiempo; comienza su influencia desde la misma niñez , constituye hoy uno de los elementos del reposo y del ocio y presta un servicio indispensable.

"Su valor aumenta todavía en la época de la radio, el cine y la televisión, porque corrige la superficialidad a que dan lugar éstos. San Ignacio de Loyola ,ejemplo de eficacia de las buenas lecturas.

"Es importante el papel de los editores y su responsabilidad:pueden hacer una obra de luz, colocarse a la cabeza de movimientos culturales, sociales, espirituales; tienen que poner la regla moral por encima de los intereses comerciales y cuidar la perfección técnica.

"No puede haber libertad para leerlo todo:son peores las malas lecturas que las malas compañías ,A veces tiene éxito de librería una funesta literatura sexual:la lectura puede llevar al bien y al mal,a la justicia y a la injusticia.

" La vigilancia de la Iglesia sobre los libros se docu-



cumenta ya desde los Hechos de los Apóstoles, conducta de San Pablo en Efeso, Índice de libros prohibidos, legislación canónica. No injuria a los autores: es un deber del magisterio hacia las almas.

"La autoridad, también la civil, puede defender a la sociedad prohibiendo algunas publicaciones, como prohíbe los tóxicos. No puede alegarse que el lector es libre: muchas veces no está preparado para defenderse del mal.

"De rango inferior a la prohibición de la autoridad, la crítica honrada es importante y sirve a los mismos fines.

## "2. La Prensa.

"a) Poder y Responsabilidad. El poder de la prensa todavía no ha sido anulado por los otros medios de comunicación social; es aún la voz más potente que llega al público, y su importancia ha crecido en los últimos cuarenta años.

"La devoran millones, entra en todas las casas y forma el pensamiento nacional. Es raro el que no lee la prensa diaria, de ahí la gran responsabilidad, especialmente porque pocos tienen formación para someter a crítica lo que el diario dice. Especial responsabilidad de las agencias de prensa, que rigen la opinión de millones.

"A esta responsabilidad y a la conciencia del propio poder sigue la necesidad de una ética de la prensa.

"b) El periodista no sólo narra, sino que juzga e interpreta; aun el simple reportero es importante y tiene responsabilidades morales. Especial sensibilidad de la mujer periodista.

"No incurra el periodista en los defectos que hacen a la pluma responsable de muchas calamidades de los pueblos. Respete a las personas; no lisonjee a su público, no sucumba a la tentación del sensacionalismo, ni sirva a la curiosidad malsana, ni se abandone a la duda y a la crítica, ni caiga en conspiraciones de silencio. El progreso de las comunicaciones debe servir para hacer al hombre dueño, no esclavo de la materia.

"c) La libertad de prensa. No hay libertad de prensa que sea incondicional ; sentido legítimo de la libertad. Dentro de estos justos límites de la verdad y el bien, es necesaria una prensa libre, que tenga acceso a la verdad, que se acredite más por los valores morales que por los puramente técnicos, que no esté encadenada por la presión de empresas, partidos y organizaciones.

"d) Servicio a la opinión pública. La prensa está para servir a la opinión, no sólo dándole hechos inmediatos, sino principios universales; no para seducirla ni dictarla. Cualidades morales que para esa responsabilidad deben adornar al periodista. Para influir en la opinión hay que ser maestro en el -

lenguaje que ella entienda.

"e) La prensa en guerra y paz. Las ligerezas de la prensa son especialmente graves en tiempos de crisis y tensión, cuando siembran la desconfianza entre los pueblos. La mentira ha sido causa de más de una guerra apoyando pasiones políticas, desorientando a las masas.

"En la posguerra, pueden los periodistas ser factor de rehabilitación de los espíritus, contribuyendo a la reconstrucción moral, defendiendo la paz y el bien común de todos los pueblos por encima de la propia patria, acercando en vez de desunir, creando una conciencia que lleve a condiciones de paz justas, y no nuevas formas de tiranía.

"La prensa debe luchar contra la discriminación racial.

"f) Los espectáculos y su crítica. Daños de la prensa y espectáculos inmorales, eróticos y corruptores, especialmente de la niñez. No debe leerse sin preparación y necesidad.

"Hay que ponerles una barrera legal, denunciarlos, no aceptar publicidad indecente. Contra el orden moral no puede alegarse el mérito artístico, es preciso crear un clima de decencia y defender a la familia con la formación de comisiones de censura de espectáculos.

"A la crítica de espectáculos y libros le corresponde en la prensa una gran labor de dignificación artística y moral. El crítico, para ser eficaz, necesita prestigio: sus cualidades intelectuales y morales.

"El crítico no debe guiarse por prejuicios y mantendrá siempre su criterio con caridad. Hay que consagrar el talento a crear literatura y espectáculos limpios.

"g) La prensa deportiva. El deporte ha adquirido tanta importancia que acredita la existencia de una prensa deportiva específica. Cualidad de ésta es que sea formadora.

"3. La Radio. La radio acorta el espacio y domina el tiempo y llega a los rincones más apartados. Puede servir al bien y al mal, a la mentira, al odio, a la sensualidad. Será criminal hacerla instrumento de corrupción. Responsabilidad de quien habla ante el micrófono y habla a todos: hágalo con la delicadeza de quien puede ser oído por niños y por gente sencilla.

"La radio puede elevarse sobre la frivolidad y declararse en favor de la verdad y el bien. Sin duda que es ya mayor el bien que el mal que hace, y presta servicios indispensables en casos de socorro, en información sobre prisioneros, en hospitales, en las misiones, en los peligros del mar, como ángel protector; en el entretenimiento de enfermos, en la enseñanza de masas, con el valor estético de la música, como instrumento de comunicación de los hombres de Estado, para la oración en común.

"Debe estar siempre por la verdad y la justicia, para facilitar la convivencia de los pueblos y el amor, en favor de la paz y en contra de la guerra.

"También para la Iglesia tiene importancia la radio: debe llevar a Dios, cuyos secretos va dejando El que descubra el hombre; es un medio de difundir el Evangelio, y deben usarla los católicos, favoreciendo también programas religiosos para más allá del telón de acero."

Pío XII hace frecuente uso de la radio: agradece que la radio americana retransmitiera a los Estados Unidos la inauguración por Pío XI de Radio Vaticano.

"Debería haber escuelas para especial adiestramiento en los programas religiosos. Necesidad de superar las rivalidades ideológicas y políticas para un equitativo reparto de las longitudes de onda entre todos los países.

"4.- La televisión añade a la voz la presencia; es una suma de cine y radio, constituye un medio insospechado de la exploración humana, penetrando los últimos detalles, y completa el progreso de las comunicaciones.

"Televisión y cine han absorbido mucho del tiempo que antes correspondía a la palabra impresa. Es cierto que podría agrandar los estragos morales de cine y radio y que puede ser tan formadora como deformadora de la opinión pública. Por eso necesita una orientación sana y constructiva. Es grande su responsabilidad al penetrar en todas partes y porque sus programas pueden ser indiscriminadamente vistos por jóvenes y

adultos, planteando así el problema de la adaptación a todos los públicos. Pero puede ayudar a la cohesión de la familia; llevar alegría a los enfermos, ayudar a la enseñanza en las escuelas y a la difusión cultural, servir al acercamiento y unión de las naciones. Especialmente importante puede ser para la Iglesia difundiendo sus ceremonias, sirviendo a las manifestaciones de la vida religiosa y ayudando a mostrar que siguen vivas y que la hora de la religión no ha pasado.

"Hasta 1949 no le había sido dado a un Papa hablar por televisión: si en 1931 fue grande el gozo de Pío XI al hablar por radio, ahora es mayor el de Pío XII."

Durante su Pontificado que duró 19 años, bien podemos decir que Pío XII es el "Papa de la Comunicación Social" ya que en su período papal se completan los más importantes avances de la comunicación social; la televisión es usada por él para hablar a los católicos del mundo, además Pío XII escribió 49 Documentos relativos a la Moral de la Comunicación Social, la mayor cantidad de Escritos Pontificios que un Papa ha generado hasta ahora, por ello bien podemos decir que él fue el "Papa de la Comunicación Social".

JUAN XXIII (1958-1963)

El Derecho del hombre a buscar libremente la verdad ,y el derecho del ciudadano a una objetiva información de los sucesos públicos son enfatizados por el Papa Juan XXIII.

Se advierte a partir del pontificado de Angelo Roncalli una "Teología de las Comunicaciones", los hechos sobresalientes en materia de comunicación social, en su período papal son:

1.- Al subir al trono el Papa Juan XXIII ,media docena de satélites artificiales rusos y norteamericanos dan ya vueltas a la tierra.

2.-Tres fenómenos de repercusión sociológica no previsibles en su época tienen lugar :el proceso de reducción de la prensa a fuertes cadenas o a grandes títulos , con la muerte de la pequeña y regional que caracterizó a un siglo de formación de la opinión pública;el acceso de las clases medias a la televisión familiar y la invasión por las pequeñas radios de transistores de las clases cultural y económicamente más humildes en todos los países y continentes.

Juan XXIII como Pontífice generó los siguientes documentos relativos a la comunicación social de los cuales se reproducen los conceptos morales que después citamos en el Resumen Documental Pontificio, basándonos en una transcripción del li-

bro "El Derecho a la Verdad "de Jesús Iribarren.

Sobresalen las Encíclicas : "Ad Petri Cathedram", "Mater Et Magistra", "Pacem In Terris" y "Princeps Pastorum".

Juan XXIII escribió los Motu Proprio "Superno Dei Nutu" y "Boni Pastoris"; dirigió mensajes De La Secretaría de Estado Al IV Congreso Internacional de la Prensa Católica .

A Los Directores de Periódicos de Provincias; En los Ochenta Años de "L'Eco Di Bergamo", Al I Congreso de Organizaciones Radiotelevisivas Escolares; Al Congreso De Directores de Diarios' Al XXII Congreso Internacional de la Sociedad de Autores y Compositores ; Carta de la Secretaría de Estado Al Congreso (Oficina Internacional de Cine ) OCIC y la Asociación Católica Internacional de Radio y Televisión (UNDA) en Montreal, Canadá.

Discursos a los Periodistas Llegados Para la Apertura Del Concilio Vaticano II; A La Prensa con Motivo de la Concesión a Juan XXIII del Premio de la Paz "Fundación Balzan"; Al III Congreso Nacional de la Unión de la Prensa Periódica Italiana; A la Reunión Nacional de Estudio de los Juristas Católicos Italianos; A la Asociación Internacional de la Prensa Deportiva; Radiomensaje a Radio Sutatenza (Colombia); Mensaje Al IV - Congreso Internacional de Periodistas Católicos De Santander.

A la Estación de Radio Caritas del Paraguay; A la Unión Católica de la Prensa Católica ; Por la Inauguración de la Radio Católica de Nicaragua; en el 30 Aniversario de Radio Vaticano.



Carta al Episcopado de Italia Revelando Documentos de Pío XI; Carta a la Comisión Pontificia de Cine, Radio y Televisión; en el X Aniversario de la Hora Misional En la Radio Belga, Al III Congreso de la Prensa Católica Italiana; A La Asociación Católica Nacional de Propagandistas de España; A la Redacción de L' Avvenire D'Italia ; y al Congreso De Censores Eclesiásticos.

#### RESUMEN DOCUMENTAL PONTIFICIO.-

"A. Derecho a la información .Existe el derecho a buscar libremente la verdad y a una objetiva información de los sucesos públicos.

"B. Labor positiva de los medios de masas.Hay que poner al servicio del bien los medios que otros ponen al servicio del mal Elogio del libro bueno.Los censores de libros defienden al lector.Los medios modernos de difusión ofrecen grandes perspectivas para la verdad, el arte, la cultura; no son simple pasatiempo,sino instrumento útil. Pueden llegar a los perseguidos y a los subdesarrollados ,utilizarlos como auxiliar pedagógico y ayudar en la supresión del analfabetismo;divulgar la doctrina social de la Iglesia ,formar la opinión pública,servir siempre a la patria, defender la institución matrimonial.

"Deber de defender la verdad;falsificarla debería provocar horror;la mentira constituye un abuso contra el pueblo.La libertad de prensa tiene un límite en la verdad. Rectificar honradamente cuando es debido. Trabajar por la paz y por la unión

de los pueblos ;nunca por la división,y menos de los católicos. No fomentar polémicas ;hablar con estilo transparente y no ácido ,aunque sea batallador. No injuriar a otra nación, aunque se exalte a la propia.

"C) Aspectos negativos. Los medios de masas constituyen a veces un peligro puestos al servicio de la corrupción, rompiendo los frenos morales en la publicidad, con secciones gráficas que repugnan a toda conciencia honesta, moviéndose en un clima amoral , frívolo y dsformador , a veces por conseguir un éxito fácil .Otro daño será convertir los medios de información en medios de imposición del pensamiento (acción psicológica).

"D) Intervención del Estado. Contra tales desmanes es legítima la intervención del Estado, porque no se puede alegar la libertad para la mentira y el mal. La libertad está limitada por el orden jurídico. Ser firme contra cierta prensa, sin temor a ser tenidos por timoratos.

"E) El periodista: y su moral. El periodista está en el primer plano de la sociedad moderna: es un educador de la humanidad y debe sentir su gran responsabilidad, no sólo en los grandes diarios, sino en los pequeños periódicos y revistas, y su sujección a la conciencia moral, que no le "disminuye" profesionalmente.

"No siga los caprichos de la opinión :sírvala ;use formas periodísticas serias,dé , con los hechos, el criterio. No cuide más de la prisa que de la exactitud.Aun en la exposición de la verdad sea prudente cuando pueda hacer algun daño.

"Respete las opiniones legítimas de los demás,busque la unión en los valores esenciales,no fomente la intolerancia,pratique la lealtad y la buena fe.No se deje arrastrar por el lucro o por intereses materiales.Pero tengan los católicos adinerados en cuenta que la prensa católica no tendrá buenos periodistas sin adecuadas retribuciones. El periodista necesita la delicadeza del médico,la facilidad del literato,la perspicacia del jurista, el sentido de responsabilidad del educador.

"Busque la perfección técnica y la competencia,sin la que los resultados son mediocres.

"F)La Iglesia y los medios de comunicación social .Los medios de comunicación social tienen gran importancia para la Iglesia.Pío XI inauguró la Radio Vaticana;fue objeto de calumnias de la prensa totalitaria,organizó una exposición universal de la prensa católica. Pío XII instituyó en la Curia Romana una Comisión de Cine,Radio y Televisión. Juan XXIII colaboró de joven en L'Eco di Bergamo y tiene simpatías por los profesionales de la información . Agradece a los periodistas su interés por el Concilio Vaticano II, cuenta con ellos y les

pide su colaboración, desea que el mundo esté bien informado sobre este acontecimiento y crea una Oficina de Prensa del - Concilio. Claro que, siendo el Concilio un hecho religioso - y no político , requiere especial discreción ,sin sensaciona- lismos , como todos los asuntos de la Iglesia. La prensa gene- ral está mostrando cada vez mayor interés por la información religiosa.

"Juan XXIII beatifica a Elena Guerra, que utilizó apostó- licamente la prensa; nombra a San Bernardino de Sena patrono de la publicidad. Elogia las iniciativas de la Jerarquía eclesiá- gica en materia de difusión : el CELAM , Radio Sutatenza, Radio Cáritas del Paraguay, Radio Católica de Nicaragua, los trabajos de reconstrucción de los Obispos alemanes.

"Alaba las "horas misionales" de la Radio Belga. Da solem- nidad al centenario de L'Osservatore Romano . Elogia a la Bi- blioteca de Autores Cristianos (BAC), y a los periódicos de - la Editorial católica, a L'Italia, a L'Eco di Bergamo.

"Lamenta la supresión de la prensa católica en Checoslo- vaquia, instituye un Secretariado Pontificio para los medios de difusión de masas y reforma las normas de funcionamiento de la Comisión creada por Pío XII para orientar e incrementar la labor de los organismos internacionales y nacionales.

"Prepárense sacerdotes y especialistas seculares para ac-

tuar por radio y televisión. Haya centros católicos nacionales ,dependientes del episcopado .La prensa católica no tendrá buenos periodistas sin adecuadas retribuciones.

"Los medios de masas pueden ser valiosos instrumentos de evangelización,aunque también han creado un ambiente poco propicio a las vocaciones religiosas.Lo que caracteriza a un periódico católico es lo positivo ,no lo negativo.Más que lamentar,lo que los católicos deben hacer en medios de difusión es construir y avanzar .Hay que apoyar a las agencias católicas de prensa."

PABLO VI ( 1963-1977)

Cabe recordar que Juan Bautista Montini (Pablo VI) es un Pontífice cuyo padre Giorgio Montini fué Director del Periódico Italiano 'Il Citadino Di Brescia'.

El Papa Pablo VI dispone para su labor apostólica y evangelizadora , de los más importantes medios de comunicación colectiva ya existentes en el mundo y también en Ciudad del Vaticano.

Los Documentos Pontificios del Papa Montini relativos a la Comunicación Humana , y de los que transcribimos conceptos deontológicos , son los que a continuación señalamos conforme a la obra de Jesús Iribarren.

Su Primer Mensaje-desde la Capilla Sixtina a los Periodistas Italianos y Extranjeros; en la Inauguración de la Radio Chilena; a la Unión de la Prensa Católica Italiana; a los Periodistas del Concilio; a la Semana Mundial de la Radio En Lausana; a la Unión Internacional de la Prensa Católica.

Destacan también de él , la Constitución "Sacro Sanctum Concilium" sobre la Sagrada Liturgia;el Decreto Conciliar "Inter Mirifica" sobre los Medios de Comunicación Social; mensajes a Los Dirigentes y Expertos en Telecomunicación; el Motu Proprio "In Fructibus Multis" instituyendo la Comisión Pon

tificia para los Medios de Comunicación Social; Documento a los Participantes en el Seminario de la ONU sobre la Libertad de Información.

Carta a la Comisión Pontificia para las Comunicaciones Sociales; A los Periodistas en Peregrinación a la India; A los Técnicos de la Radio Televisión Italiana que lo acompañaron a Bombay; al XV Congreso Internacional de la Prensa Periódica.

Mensajes a los Periodistas, Cronistas de Radio y Cine; en su Viaje a la ONU; A Escritores y Periodistas Católicos en el Día de San Francisco de Sales ; Nota de la Congregación de la Doctrina de la Doctrina de la Fe sobre el Valor Actual del Índice de Libros Prohibidos y , Mensaje en la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales. En base a estos Documentos transcribimos , previa consulta del libro "El Derecho a la Verdad", el siguiente:

#### RESUMEN DOCUMENTAL PONTIFICIO.-

"I. Los Medios de Comunicación en General.

"A) Naturaleza social de la información. La información tiene por fin ayudar a los hombres a que asuman mejor su destino y el de su comunidad. Fin sumo de la comunicación es perfeccionar al hombre (en lo cual coincide con la Iglesia).

"Todo proceso de comunicación implica un vínculo interno de amor. Por su propia naturaleza, la telecomunicación es un

instrumento de fraternidad entre los pueblos. Por eso debe trabajar por la unidad y no por la desunión, por la paz y no por la guerra.

"B) Derecho a la Información. La información es reconocida hoy como un derecho universal, inviolable e inalienable del hombre moderno: responde a una exigencia de su naturaleza social; todo ser humano tiene derecho a una información objetiva.

"El derecho a la información es activo (al buscarlo) y pasivo (posibilidad de recibirlo), y no basta reconocerlo en teoría: hay que protegerlo y servirlo.

"C) Libertad de Expresión. Conquista legítima del hombre moderno es, como consecuencia del derecho activo y pasivo de información, la libertad de expresar opiniones, sancionada en la "Pacem In Terris" (Encíclica), y que no debería ser letra muerta, sino derecho en uso. Contra todos los totalitarismos, el hombre reivindica el derecho de pensar libremente, y la Iglesia es la primera en gozarse de esta adquisición de los tiempos.

"No hay que confundir libertad con licencia para alterar arbitrariamente los hechos. Lo mismo que los profesionales de la información tienen derecho a no sufrir presiones en su libertad, tienen el deber de no ejercerlas sobre la de su público; sólo en un clima de libertad se manifiesta sana la opinión



pública.

"D) La opinión pública. La opinión pública es un hecho inherente a la naturaleza social del hombre.: el eco de los acontecimientos en las personas ligadas en comunidad, corre con independencia del camino que sigan las leyes e instituciones y, en una sociedad democrática, constituye el cuarto poder, junto a las potestades legislativa, judicial y ejecutiva.

"Para crecer sana requiere un clima de libertad: por un vicioso manejo de ella se pudo recientemente orientar a todo un pueblo a la catástrofe. Y es que los "medios de masas", en su prodigioso crecimiento, multiplican las posibilidades de influenciar la opinión pública. Esta puede convertirse en brutal y apasionada o en juez de conciencia recta. Hay que liberarse de la esclavitud de presiones sociológicas y afirmar la libertad de juicio.

"Los cristianos deben influir en la opinión pública con su fe. También en el seno de la Iglesia existe, en materias libres una opinión pública.

"E) Socialización y personalismo. Los progresos en las comunicaciones caracterizan a la actual civilización y han transformado la vida social (incluso religiosa). Los medios modernos socializan al hombre, imponiéndole desde fuera las opiniones y convirtiéndole en "masa". La opinión pública es cada vez más

"opinión de grupos". Pero hay que defender a las personas contra la absorción ,manteniendo su opinión libre y conjungando las tendencias socializadoras y personalistas.

"F)Grandeza y Responsabilidad. Los "medios de masas" aumentarán todavía su influencia.La responsabilidad debe ser proporcional al poder.Medios de tan formidable eficacia no se pueden usar a la ligera .Deben ser objeto no sólo de complacencia,sino de preocupación y la responsabilidad recae sobre todos:dirigentes,educadores,poderes públicos,sociedad.

"La información no está limitada por leyes exteriores arbitrarias,sino por la ley moral interna.

"G)La verdad y el bien como límites de la libertad. La información tiene como tope la verdad y el bien común.La verdad es la norma del periodista.Sólo la información verdadera cumple su finalidad social.No confundir libertad con licencia para alterar los hechos.No se puede dar lo favorable y silenciar el resto: la omisión calculada es grave falta." NO" a las conspiraciones del silencio.

"Otro límite está en un bien superior:la buena fama,el secreto legítimo,el bien común.No se puede alegar la verdad - para hacer daño a niños y jóvenes.No poner la publicidad al servicio de escándalos e inmoralidades públicas.Evitar el sensacionalismo.

"No degradar la información convirtiéndola en propaganda..

Afirmar la libertad de juicio y la imparcialidad. El empleo de técnicas de dominio de la opinión es especialmente grave en política. Por el contrario hay que formar el juicio crítico del lector.

"II. Algunos Medios en Especial.

"A) El libro. Sin libros nuevos, el pensamiento no vive; hay que mantener la novedad; queremos las ideas como el pan del día. Eso es lo que hacen las grandes editoriales: descubrir y lanzar buenos escritores, dar buenos libros. Así, la editorial se convierte en rectora de la cultura.

"Los autores de libros pueden errar, pero deben ser oídos y defenderse antes de ser condenados. El índice de libros prohibidos conservará su valor moral como orientador de los lectores, aunque dejará de tener fuerza legal penal. Si, en adelante, la Iglesia condena ideas contenidas en alguna publicación, hará llegar de alguna forma al público su juicio.

"B) La publicidad comercial. Es necesaria: sólo con sus recursos es posible la vida del periódico. La publicidad puede -- convertir al hombre en consumidor automático. Crea necesidades artificiales y hasta opiniones políticas, ocultamente.

"C) Radio y Televisión. La Radio Vaticano fue instalada por mérito de Marconi, el inventor que la proyectó, de los jesuitas que la dirigieron y de los católicos que contribuyeron económicamente.

"Pío XI, Pío XII y Juan XXIII le dedicaron su atención: en la mente de Pío XI era una garantía de la independencia de la función del Papa.

"Es creciente la eficacia moral y cada vez más importante la misión que la televisión viene asumiendo en el mundo - tanto en sentido positivo como negativo. Está al servicio del hombre moderno, y con la radio constituye la conciencia de un mundo en evolución. Hay que formar a quienes en radio y televisión puedan cumplir una misión apostólica de altura. En ambos medios debería haber emisiones religiosas de calidad.

"Elogio a la colaboración de la radio a la Iglesia. El Papa dará siempre facilidades a radio y televisión. Agradecimiento a los servicios de la televisión en los viajes de Pablo VI. Elogio de la nueva instalación de la radio católica chilena.

"D) La prensa. Si la información es en el hombre un derecho, es un deber en el periódico. Se le ha llamado "Cuarto Poder", porque tiene la fuerza de la opinión pública: de ahí su fuerza creciente. El maestro habla a pocos y por breve tiempo: el periódico, a muchos y constantemente. Nada más próximo a la religión que un maestro: por eso, también la prensa está próxima a la religión. El periódico decide el "sí" o el "no" del Reino de Dios en nuestra sociedad y, en este sentido, aun siendo profano, es sacro. Ojalá que la prensa moderna se ponga al -

servicio del mensaje cristiano. Por el contrario, lamentables daños de una prensa irresponsable. Elogio a la prensa que sirve de enlace entre la patria y sus emigrantes.

"Los periodistas tienen un puesto privilegiado y de honor; su tarea tiene cierta analogía con la del sacerdocio: no son para sí mismos, sino para la verdad. Tienen una misión activa, no sólo pasiva y transmisora. Tienen en sus manos la opinión de los sencillos e inexpertos: de ahí su responsabilidad. Son mediadores entre la verdad y la opinión pública; pueden acercar a los hombres y a los pueblos.

"En lo eclesial, los seculares periodistas dan un testimonio específico. Pío XII, Juan XXIII y Pablo VI, admiradores de los periodistas. El último, hijo del periodista Giorgio Montini, cuyas virtudes ensalza, es un buen amigo de los periodistas, les saluda en su primer mensaje desde la Capilla Sixtina y bromea amistosamente sobre la sagacidad periodística. La Encíclica Populorum Progressio quizo Pablo VI que fuera presentada precisamente en una rueda de periodistas.

"La prensa católica. Aunque haya que tomar con cierta cautela y reserva el lugar común de que San Pablo, hoy, hubiera sido periodista, pocas tareas tan importantes para la Iglesia como la prensa católica, a la que tiene toda estimación.

"El periódico no es hoy facultativo, sino necesario, y

toda la familia debería recibir uno. El semanario católico no se opone al diario: le sustituye o lo complementa. Importancia de los semanarios dentro del campo de la prensa: federarse les fortalecería, sin merma de la necesaria libertad.

"Superioridad del gran periodismo frente al periodismo católico y a los medios de evangelización que posee la Iglesia. Por eso la prensa católica debe procurar tanto más ser técnicamente buena. El ser católico no disminuye en el periódico su deber de reflejar con la mayor perfección la realidad que vivimos. No debe acentuarse el carácter confesional y apologético con merma de la función primordial informativa. La prensa católica está necesitada de mayor unión y de mayor unidad de criterios.

"Dificultades preocupantes e inferioridad de la prensa católica en Italia sobre las cuales debe reflexionar el episcopado italiano. Debería hacerse regular el Anuario de la Prensa Católica Italiana publicado en 1963.

"San Francisco de Sales, Patrono de los Periodistas y Escritores. Apoyo del Papa a la Unión Católica de Periodistas. Elogios a L' Croix. Juan XXIII añadió la prensa a las tareas que tenía encomendadas la Comisión Pontificia Permanente para Cine, Radio y Televisión.

"III. La Iglesia ante los medios de masas.

"A) Relaciones mutuas. La Iglesia es la primera en ale-

grarse del poder e influencia de los modernos medios de difusión. También la Iglesia es voz ,mensaje,comunicación y se preocupa de ellos por razón de su ministerio de amor al hombre.

"La Iglesia no puede prescindir de los "medios" ;porque influyen no sólo en la vida cultural, sino en la religiosa;por que pueden ser utilizados para el Evangelio;porque son un instrumento de diálogo interior en la propia Iglesia.

"Pese a deficiencias y deformaciones informativas, en general la actitud de los "medios" es respetuosa con la Iglesia. No se debe juzgar a ésta con criterios profanos y políticos;eso es deformarla.

"Pablo VI agradece la actitud de los "medios"con ocasión de la muerte de Juan XXIII y en el cónclave siguiente; en su viaje a la India. Se propone perfeccionar los programas de Radio Vaticano.

"B) La opinión pública en la Iglesia. En materias libres, existe también en el seno de la Iglesia una Opinión Pública. Sin ella, las orientaciones del magisterio serían letra muerta. El pueblo cristiano juega un papel activo y debe expresar su opinión, sus aspiraciones y sus necesidades! La opinión en la Iglesia consiste en un diálogo confiado,caritativo,dispuesto a la obediencia sobrenatural:nunca en una crítica amarga .

"C) Disposiciones prácticas. El Concilio prestó atención a los medios de información.Para llevar a la práctica sus de-

cisiones , se prepara una Instrucción Pastoral sobre el tema. Pablo VI ha creado una Comisión Pontificia, a la que espera gigantesca misión , no en el plano instrumental, sino en el de las ideas, y en la que el Papa tiene gran confianza. Se ha instituído una Jornada Mundial de los Medios de Comunicación Social, el domingo siguiente a la Ascención. (Fiesta del Ascenso de Cristo a los Cielos ). "



JUAN PABLO I (1978-1978)

De Albino Luciani, Juan Pablo I, el Papa Sonriente que murió 33 días después de su elección como sucesor de Pedro y de Pablo VI, poco o nada hay escrito sobre comunicación social que esté conservado en encíclicas o documentos pontificios accesibles.

No obstante hay un libro que contiene datos importantes relativos al tema de nuestra tesis, Etica o Filosofía Moral de la Comunicación Social, que es el de David Yallop, un escritor-investigador que revela datos biográficos de Juan Pablo I en su obra " En El Nombre de Dios ." (8)

Juan Pablo I dejó con su vida, un ejemplo de formación moral intelectual desde su infancia mediante la lectura. En 1914 Albino Luciani como seminarista en Feltre, Italia, se vió limitado a considerar como "delito de lectura cualquier periódico o publicación de carácter informativo."

Describe David Yallop como el niño Luciani se inclinó a temprana edad por cultivar su inteligencia con sanas lecturas.

En los años de su más tierna infancia, al sustituir la pelota por un libro, su madre le abrió las puertas de un mundo distinto y quizás infinito. La generación de sacerdotes a la que perteneció Albino Luciani se formó con las normas de San Pío X.

A muy temprana edad, Albino Luciani, ya era un ávido lector. A los siete años, ya había leído las obras completas de Julio Verne, Dickens y Mark Twain, algo bastante inusual en un país en el que por entonces más de la mitad de los adultos, no sólo no podían, sino ni siquiera sabían leer.

En el Seminario de Feltre, el novicio Luciani leyó todos los libros que había. También es muy importante y significativo el hecho de que Albino Luciani tenía la capacidad de recordar todo lo que leía.

Luciani con su formación moral e intelectual tuvo la capacidad no sólo de doctorarse en teología, sino de paso haciendo uso de un estilo de "prensa contestataria" presentó su tesis -- doctoral.

Eligió como tema "El Origen del Alma Humana según Antonio Rosmini", Refuta punto por punto a Rosmini, y establece que este tergiversa a Santo Tomás de Aquino.

Respecto al despojo de la Iglesia (de su poder político, económico e ideológico) el Obispo de Veneto, Albino Luciani, - consciente del daño que el escándalo podría causar, fue a hablar personalmente con el editor del periódico veneciano 'Il - Gazzettino', a quien pidió que no tratara el asunto de manera morbosa y que no recurriera a los titulares sensacionalistas.

Entre los curas adscritos a su diócesis había algunos que

admiraban su actitud ética , otros lo consideraban extremadamente moralista en ciertas cuestiones; entre estos últimos se encontraba el especulador que había involucrado a dos curas en un fraude inmobiliario.

Albino Luciani, según el testimonio de Monseñor Ghizzo, que trabajaba junto a él , "estaba totalmente absorto por el Concilio Vaticano II, lo llevaba en su sangre. Se conocía de memoria todos los documentos elaborados por el Concilio Vaticano II. Más adelante puso en práctica lo que proponían dichos documentos."

En alguna ocasión Juan Pablo I dijo sobre la violencia: "Abolid a Dios del corazón de los hombres, decid a los niños que el pecado es sólo un cuento de hadas que inventaron sus abuelos para que se portaran bien, publicad libros de texto escolares que olviden a Dios y se mofen de la autoridad. Luego no os sorprenderéis por lo que ocurra. La educación por sí misma no es suficiente. Victor Hugo escribió que una escuela más significa una cárcel menos ; Ojalá eso fuera cierto hoy ;."

A los pocos días de haber resultado electo, Juan Pablo I se enfrentó con más de un millar de miembros destacados de la prensa mundial, y después de reprenderlos amablemente por prestar demasiada atención a las trivialidades del cónclave en lugar de concentrarse en su verdadera importancia, les hizo saber que este problema no era nuevo , para lo cual citó la frivoli-

dad de un antiguo editor italiano que decía a sus reporteros: "recuerden una cosa :al público no le interesa saber lo que Napoleón III dijo a Guillermo de Prusia ;lo que el público quiere saber es si Napoleón llevaba los pantalones de color rojo o gris y si por casualidad fumaba un cigarro."

Es evidente que Luciani se sentía en confianza entre los periodistas .Más de una vez, a lo largo de su vida ,Luciani - había señalado que de no haberse entregado al sacerdocio seguramente se habría convertido en reportero. Sus dos libros y sus numerosos artículos constituyen una muestra muy elocuente de que sus virtudes periodísticas estaban a la altura de los más elevados de sus prójimos.

Recordando una frase del difunto Cardenal Mercier, que había dicho que de haber vivido en nuestra época San Pablo el Apóstol hubiera sido periodista, el nuevo Papa demostró que co nocía la importancia de los medios de comunicación social, hasta el punto de que agigantó el posible papel que hubiera desempeñado el Apóstol en el mundo moderno. "No sólo hubiera sido periodista .Probablemente sería el Director de la Reuter.No -- sólo el Director de la Reuter ,sino que también tendría un programa en la televisión italiana y otro en la N.B.C."

"Illustrissimi" , el volumen con la recopilación de sus cartas a hombres famosos, se hallaba a la venta en las libre-

rías italianas desde 1976. En los dos años transcurridos desde que había sido editado, el libro había tenido un notable éxito de ventas.

" Después de que su autor fue erigido jefe espiritual de 800 millones de fieles católicos, el potencial valor comercial del libro no pasó inadvertido a la industria editorial. Altos ejecutivos de las principales casas editoriales, revestidos de plenos poderes, empezaron a desfilar por los despachos de 'Il Messaggero de Padua'.

"La revista de periodicidad mensual, reconocida como uno de los más prestigiosos voceros del catolicismo, se había encontrado con una impensada mina de oro, de la que había que descontar los derechos de autor.

"Sin embargo, para el autor no había gratificación más elevada que la posibilidad de poner al alcance del mundo entero las ideas y observaciones que contenían sus cartas. El hecho de que se difundieran masivamente sólo porque él se había convertido en Papa, a Luciani le traía sin cuidado. Eran más semillas que despararramar. Eran más plantas que florecerían."

Nota.- Ciertamente que sería difícil tratar de hacer una síntesis o resumen de documentos papales citados por Juan Pablo I, relativos a la Etica de la Comunicación Social, porque no los hemos encontrado .

Pero resulta evidente después de los datos biográficos

citados por David Yallop, que Juan Pablo I, el Papa Sonriente, si se refirió a la Moral de la Comunicación Social.(9)

En síntesis podemos decir que Albino Luciani, sucesor de Pablo VI Juan Bautista Montini, durante su vida entregada a la Iglesia Cristiana mencionó algunos ideales y ejemplos para una práctica moral de la comunicación social.

Para Juan Pablo I desde niño son importantes las sanas lecturas; el seminarista Luciani fue obediente respecto al delito de lectura relativa a cualquier periódico o publicación de carácter informativo, aunque tal norma le estrechara su inteligencia.

El Papa Sonriente utilizó la "prensa contestataria" para refutar la postura de Antonio Rozmini y defender a Santo Tomás de las tergiversaciones de este.

Albino Luciani estaba consciente del daño que el escándalo podía causar al hablar de una manera morbosa y sensacionalista. Mientras sus sacerdotes estimaban su moralidad, los especuladores lo llamaban "moralista extremado".

En su primera rueda de prensa con más de un millar de periodistas del mundo, Juan Pablo I los reprende por prestar atención a trivialidades, sin olvidar su trato amable.

Para él si su vocación no fuera el Sacerdocio hubiera sido el periodismo. Y San Pablo no sólo hubiera sido periodista sino

Director de la Agencia Reuter y con programas en la televisión italiana y en la National Broadcasting Company (NBC) de Estados Unidos de Norteamérica.

Para el Papa Luciani fue más importante y gratificante la posibilidad de poner al alcance del mundo entero las ideas y observaciones de sus cartas, recopiladas en *Illustrissimi*, una de sus obras ;que la fama, el dinero y otros factores materiales.

JUAN PABLO II ( 1978- )

Karol Wojtyla quien-después de la muerte de Albino Luciani- fué elegido Papa y toma el nombre de Juan Pablo II, el 16 de octubre de 1978, se convierte en el primer Pontífice que visita México y la fecha de su llegada a nuestro país es el 26 de enero de 1979.

Su Santidad Juan Pablo II habló a los periodistas que cubrieron su viaje, dirigiéndoles un mensaje el 31 de enero de 1979. Según los Documentos Completos publicados en enero de 1979 por Editorial Jus, " Juan Pablo II ,es Peregrino de la Fe." (10).

Los documentos de Juan Pablo II dirigidos a periodistas mexicanos se titulan : " A los Medios de Comunicación Social.", y su texto es el siguiente:

"Queridos amigos del mundo de la información :

"1.- En muchas ocasiones ,durante estas jornadas que el entusiasmo de los mexicanos han hecho febriles y emocionales, momentos llenos de belleza y significación religiosa transcurridos en lugares y ambientes inolvidables, he tenido la oportunidad de observaros mientras acudíais de un lugar a otro -- llenos de determinación y empeño que distingue a vuestra tarea informativa.



"2.- Me encuentro ahora a punto de regresar a Roma, después de haber asistido al inicio de este importante acto eclesial, maravilloso por su significado profundo de unidad y creatividad de futuro de la Iglesia, que es la Conferencia de Puebla, y de haber peregrinado por las inolvidables tierras de la Virgen de Guadalupe. Y agradezco a la Providencia que en este momento me dé la esperada ocasión de encontrar a los profesionales de la información, que han querido acompañarme en este viaje.

"3.- Muchos continuaréis aquí, para seguir llevando a la opinión pública el acontecer de Puebla, otros me acompañarán en mi regreso, mientras otros se verán reclamados por otras misiones. En todo caso vale la pena arrancar unos minutos a nuestro apretado horario para poder estar juntos, reflexionar y charlar un poco, esta vez de persona a persona. Por una vez sin tener como intermediario ningún medio de transmisión o estar en función de hacer presentes espiritualmente auditorios lejanos. Disfrutemos sin más de la alegría de estar juntos.

"Responsabilidad de Servicio.

"4.- Desde luego no se me olvida que detrás de las cámaras se encuentra una persona, que es una persona la que habla a través del micrófono, que es una persona la que perfila y corrige cada línea del artículo que publicará el periódico mañana.

"Quisiera en este breve encuentro, ofrecer a todos mi gratitud y respeto , y dirigirme a cada uno con su nombre. Siento el deseo y la necesidad de agradecer a cada cual el trabajo - de estos días y el que se va a continuar en Puebla, que reflejará una Iglesia que acoge todas las culturas, talentos e - iniciativas , con tal que vayan dirigidas a la construcción -- del Reino de Dios.

"5.- Comprendo las tensiones y dificultades en las que se desarrolla vuestro trabajo , Sé bien el esfuerzo que requiere-- la comunicación de la noticia. Imagino la fatiga que supone - trasladar , montar y desmontar de una parte a otra, todo este - complicado utillaje vuestro.

"Me doy cuenta también de que el vuestro es un trabajo que exige largos desplazamientos y os separa de la familia y amigos. No es una vida fácil, pero, en compensación, como toda actividad creativa, en especial la que significa un servicio a los demás os ofrece un especial enriquecimiento. Seguro que todos tenéis experiencia en ello.

"6.- Recuerdo ahora una ocasión análoga, hace pocas semanas, en que tuve ocasión de charlar con los profesionales que acudieron a informar sobre mi elección e inauguración del pontificado .

"Hice referencia a esta profesión como una vocación. Uno

de los documentos más importantes de la Iglesia, sobre las comunicaciones sociales, declara que "es necesario que el hombre de nuestro tiempo conozca las cosas plena y fielmente, adecuada y exactamente" (Communio Et Progressio, 34) , y proclama que cuando una información así viene facilitada por los medios de comunicación social "todos los hombres se hacen partícipes ...de los asuntos de toda la humanidad." (CP, 19).

"Al Servicio de la Verdad.

"7.- Con vuestro talento y experiencia, vuestra competencia profesional, la necesaria inclinación y los medios que están a vuestra disposición, podéis facilitar este gran servicio a la humanidad. Y sobre todo, como lo mejor de vosotros mismos , queréis ser buscadores de la verdad, para ofrecerla a todo aquel que quiera oírla.

"Servid ante todo a la verdad, a lo que construye , a lo que mejora y dignifica al hombre.

"8.- En la medida en que persigáis este ideal os aseguro que la Iglesia permanecerá a vuestro lado, porque este es su ideal también.

"Ella ama la verdad y la libertad: libertad de conocer la verdad de predicarla , de comunicarla a los demás.

"9.- Ha llegado el momento de saludarnos y de renovaros mi gratitud por el servicio prestado a la difusión de la ver-

dad que se manifiesta en Cristo, y que se está expresando estos días en actos de la mayor importancia para la vida de la fe en estos países americanos, tan próximos a la Iglesia.

"Nos despedimos con respeto y amistad, dispuestos a ser consecuentes con nuestros mejores ideales. El Papa se complace en saludaros y bendeciros, recordando los medios que representáis: diarios, cadenas televisivas, emisoras radiofónicas, y también a vuestras familias. Por vosotros y por ellas ofrezco frecuentemente mi oración. Que el Señor os acompañe". (11)

Distintas han sido las ocasiones en que Juan Pablo II se ha referido a la importancia de la comunicación social, sus profesionales y sus medios; uno de los documentos y actas Pontificios por él preparados es la Exhortación Apostólica 'Familiaris Consortio', la Familia en los Tiempos Modernos. (12)

El documento pontificio citado se editó por primera vez en español en 1982 y su texto que citaremos íntegro (en lo -- que se refiere a la Etica o Filosofía Moral de la Comunicación Social) contiene conceptos claros sobre la importancia de nuestra profesión .

México como uno de los países de mayor tradición Cristiana, tanto en sus fieles como en su Jerarquía Eclesiástica, ha sido objeto de atención de la Santa Sede Romana, especialmente en lo que se refiere a la labor de los profesionales de la información realizan aquí.

Por ello hemos considerado oportuno incluir en este trabajo ,dentro de la Doctrina de la Iglesia sobre Comunicación Social , las palabras del actual Pontífice Juan Pablo II,ha casi ocho años de haber iniciado su período papal.

Por lo que se refiere a la comunicación social ,la Exhortación Apostólica "Familiaris Consortio " señala:

"DESTINATARIOS Y AGENTES DE  
LA COMUNICACION SOCIAL.

"76 .- Una palabra aparte se ha de reservar a esta categoría tan importante en la vida moderna. Es sabido que los instrumentos de comunicación social "inciden a menudo profundamente, tanto bajo el aspecto moral y religioso, en el ánimo de cuantos los usan", especialmente si son jóvenes ,tales Medios pueden ejercer un influjo benéfico en la vida y las costumbres de la familia y en la educación de los hijos, pero al mismo tiempo es conden también "insidias y peligros no insignificantes", y podrían convertirse en vehículos -a veces hábil y sistemáticamente manipulado, como desgraciadamente acontece en diversos países del mundo -de ideologías disgregadoras y de visiones deformadas de la vida, de la familia, de la religión, de la moralidad y que no respetan la verdadera dignidad y el destino del hombre.

"Peligro tanto más real ,cuanto "el modo de vivir especial

mente en las naciones más industrializadas ,lleva muy a menudo a que las familias se descarguen de sus responsabilidades educativas, encontrando en la facilidad de evasión (representada en casa especialmente por la televisión y ciertas publicaciones) el modo de tener ocupados tiempo y actividad de los niños y muchachos."

"De ahí el deber ...de proteger especialmente a los niños y muchachos de las 'agresiones' que sufren también por parte de los "mass-media" procurando que el uso de éstos en familia sea regulado cuidadosamente.

"Con la misma diligencia la familia debería buscar para sus propios hijos también otras diversiones más sanas, más útiles y formativas física, moral y espiritualmente" para potenciar y orientar sus energías."

"Puesto que además los instrumentos de comunicación social así como la escuela y el ambiente inciden a menudo de manera notable en la formación de los hijos ,los padres, en cuanto receptores ,deben hacerse parte activa en el uso moderado, crítico, vigilante y prudente de tales medios, calculando el influjo que ejercen sobre los hijos; y deben dar una orientación que permita "educar la conciencia de los hijos para emitir juicios serenos y objetivos, que después la quíen en la elección y en el rechazo de los programas propuestos."

"Con idéntico empeño los padres tratarán de influir en la elección y preparación de los mismos programas, mantenién-

dose -con oportunas iniciativas- en contacto con los responsables de las diversas fases de la producción y de la transmisión, para asegurar que no sean abusivamente olvidados o expresamente conculcados aquellos valores humanos fundamentales que forman parte del verdadero bien común de la sociedad, sino que, por el contrario, se difundan programas aptos para -- presentar en su justa luz los problemas de la familia y su adecuada solución.

"A este respecto ,mi predecesor Paulo VI escribía: "los productores deben conocer y respetar las exigencias de la familia, y esto requiere a veces ,por parte de ellos una verdadera valentía, y siempre un alto sentido de responsabilidad. Ellos, en efecto, están obligados a evitar todo lo que pueda dañar a la familia en su existencia, en su estabilidad, en su equilibrio y en su felicidad.

"Toda ofensa a los valores fundamentales de la familia- se trate de erotismo o de violencia, de apología del divorcio o de actitudes antisociales por parte de los jóvenes- es una ofensa al verdadero bien del hombre."

"Yo mismo, en ocasión semejante, ponía de relieve que las familias" deben poder contar en no pequeña medida con la buena voluntad, rectitud y sentido de responsabilidad de los profesionales de los mass-media: editores, esdrítores, productores, di-

rectores ,dramaturgos,informadores, comentaristas y actores." Por consiguiente es justo que también por parte de la Iglesia se siga dedicando toda atención a estas categorías de personas, animando y sosteniendo al mismo tiempo a aquellos católicos - que se sienten llamados y tienen cualidades para trabajar en estos delicados sectores." (13)

De los documentos citados por Juan Pablo II se transcribe el siguiente :

RESUMEN DOCUMENTAL PONTIFICIO.-

"A) A los medios de comunicación social (de México y el Mundo) . El periodismo no es una vida fácil, como toda actividad creativa, en especial la que significa un servicio a los demás.

"Esta profesión es una vocación: es necesario que el hombre de nuestro tiempo conozca las cosas plena y fielmente , adecuada y exactamente. Servid ante todo a la verdad, a lo que construye , a lo que mejora y dignifica al hombre.

"Como el de los periodistas el ideal de la Iglesia es - amar la verdad y la libertad: libertad de conocer la verdad, de predicarla , de comunicarla a los demás.

"B) Exhortación Apostólica 'Familiaris Consortio'.

"Los instrumentos de comunicación social inciden a menudo profundamente , tanto bajo el aspecto moral y religioso , en el



ánimo de cuantos los usan, especialmente si son jóvenes.

"Tales medios pueden ejercer un influjo benéfico en la vida y las costumbres de la familia y en la educación de los hijos , pero al mismo tiempo esconden también "insidias y peligros no insignificantes".

"Podrían convertirse en vehículo a veces hábil y sistemáticamente manipulado, como por desgracia acontece en algunas naciones con ideologías disgregantes y con visiones deformadas de la vida, de la familia, de la religión, de la moralidad y que no respetan la verdadera dignidad y el destino del hombre.

"Tenemos el deber de proteger especialmente al auditorio infantil y juvenil de las 'agresiones' que sufren también por parte de los mass-media.

"Debe orientarse a los hijos para "educar la consciencia para emitir juicios serenos y objetivos , que después le guíen en la elección y el rechazo de los programas propuestos por los mass-media .

"Toda ofensa a los valores fundamentales de la familia- se trate de erotismo o de violencia, de apología del divorcio o de actitudes antisociales por parte de los jóvenes -es una ofensa al verdadero bien del hombre.

"Las familias deben poder contar en no pequeña medida con la buena voluntad, rectitud y sentido de responsabilidad de los profesionales de los mass-media." (14)

Ya para cerrar el tercer capítulo de la tesis, relativo a la Voz de los Papas sobre el Ejercicio Moral de la Comunicación Social, ha llegado a nosotros el último Mensaje del Papa Juan Pablo II para la XX Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales celebrado el 11 de mayo de 1986.

El Documento del Papa Wojtyla se refiere al tema "Comunicaciones Sociales y Formación Cristiana de la Opinión Pública."

Presentado en Jalisco por el Obispo de Guadalajara Mons. Adolfo Hernández Hurtado, encargado de Medios de Comunicación Social de la Región Pastoral de Occidente.

En síntesis el Papa Juan Pablo II señala en el documento:

"La Formación de la Opinión Pública en Sentido Cristiano.

"1.- Queridos hermanos y hermanas; merece un relieve especial la institución de la "Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales", con la finalidad de "reforzar más eficazmente el multiforme apostolado de la Iglesia en el ámbito de los instrumentos de la Comunicación Social, en todas las Diócesis del mundo" ( Inter Mirifica, 18).

"Esta decisión que pone de manifiesto el gran peso que los padres conciliares atribuían a las comunicaciones sociales, muestra hoy una importancia todavía mayor, debido a la influencia siempre creciente que estos medios ejercen.

"La Iglesia ha de proclamar su doctrina y su moral, en

virtud del derecho a la información concedido a todos los humanos del que ella participa y en virtud de un claro mandato Divino .(Cf.Mt 28,19).

"La Iglesia se sentiría culpable ante Dios si no empleara esos poderosos medios, que la inteligencia humana, perfecciona cada vez más. Con ellos la Iglesia 'pregona sobre los terrados' el mensaje del que es depositaria .En ellos encuentra una versión moderna y eficaz del 'púlpito'. Gracias a ellos puede hablar a las masas."

"2.- La "opinión pública" consiste en el modo común y colectivo de pensar y de sentir de un grupo social más o menos vasto en determinadas circunstancias de tiempo y de lugar. Indica lo que la gente piensa comúnmente sobre un tema, un acontecimiento , un problema de un cierto relieve.

"... la opinión pública tiene una gran influencia en la manera de pensar y de sentir y de actuar de aquellos que o por su joven edad o por falta de cultura- no son capaces de formular un juicio crítico. De este modo son muchos los que piensan y actúan según la opinión común sin que estén en condiciones de sustraerse a su presión.

"Hay que poner también de relieve que la opinión pública influye fuertemente en la formación de las leyes.En realidad no cabe duda de que la introducción de leyes injustas en ciertos países como por ejemplo los que legalizan el aborto, hay

que atribuirle a la presión ejercida por una opinión pública favorable al mismo."

"3.- De ahí se desprende la importancia de formar una opinión pública moralmente sana sobre los problemas que afectan de cerca el bien de la humanidad en nuestro tiempo. Entre estos bienes situamos los valores de la vida, de la familia, de la paz, de la justicia y de la solidaridad entre los pueblos.

"Es necesario que acerca de la familia se forme una opinión pública recta que ayude a superar algunos modos de pensar y de sentir que no están conformes con el plan de Dios, que la ha establecido indisoluble y fecunda.

"Lamentablemente se está difundiendo una opinión pública favorable a las uniones libres, al divorcio y a la drástica reducción de la natalidad con cualquier medio. Hay que rectificarla por perjudicial al verdadero bien de la humanidad, la cual será tanto más feliz cuanto más unida y sana esté la familia.

"Está claro que solamente una fuerte opinión pública favorable a la paz puede detener a aquellos que estuviesen tentados de ver en la guerra la vía para resolver las tensiones y conflictos.

"Los rectores de los pueblos - afirma la Constitución Pastoral Gaudium et Spes - dependen en su mayor parte de las opiniones y de los sentimientos de las multitudes. En realidad es inútil que éstos se esfuercen con tenacidad en construir la con-

fianza , odios raciales y obstinadas ideologías , dividen a los hombres, colocándolos los unos contra los otros. De ahí la extrema y urgente necesidad de una renovada educación de los ánimos y de una nueva orientación de la opinión pública.

"En fin , es necesaria la formación de una fuerte opinión pública en favor de la solución de los angustiosos problemas de la justicia social, del hambre y del subdesarrollo. Es menester que estos problemas sean hoy mejor conocidos en su tremenda realidad y gravedad , que se cree una fuerte y amplia opinión pública en su favor , porque sólo bajo la vigorosa presión de ésta los responsables , políticos y económicos de los países ricos serán inducidos a ayudar a los países en vías de desarrollo.

"4.- Particularmente urgente resulta la formación de una sana opinión pública en el campo moral y religioso . A fin de poner un dique a la difusión de una mentalidad favorable al permisivismo moral y a la indiferencia religiosa, se hace necesario formar una opinión pública que respete y aprecie los valores morales y religiosos , en cuanto éstos hacen al hombre plenamente 'humano' y dan plenitud de sentido a la vida.

"5.- En el mundo actual los medios de comunicación social en su múltiple variedad- prensa, radio, cine y televisión- son los principales factores de la opinión pública. Por eso es

grande la responsabilidad moral de todos aquellos que se sirven de estos medios o son sus inspiradores .Estos han de ponerse al servicio del hombre, y por tanto, de la verdad y del bien, que son los valores humanos más importantes y necesarios. Por esto ,los que trabajan profesionalmente en el campo de la comunicación social han de sentirse comprometidos en la formación y difusión de opiniones públicas conformes a la verdad y el bien.

" Concluyo este mensaje con una especial bendición para todos aquellos que trabajan en el campo de la comunicación social con espíritu cristiano de servicio a la verdad y de promoción de los valores morales y reliqiosos.

"Y les aseguro mi oración , al tiempo que les animo a este trabajo, que requiere valentía y coherencia y que es un servicio a la verdad y a la libertad.Es, en realidad, la verdad la que hace libres a los hombres. Por tanto ,trabajar para la formación de una opinión pública conforme a la verdad es trabajar para el crecimiento de la libertad."

CONCEPTOS MORALES PONTIFICIOSDE COMUNICACION SOCIAL.-

Antes de terminar el presente capítulo de nuestra tesis conviene enlistar los conceptos morales citados por los once Papas mencionados ,quienes con oportunidad se encargaron del tema de la Filosofía Moral o Etica de la Comunicación Social.

Se trata de una lista breve de los principales conceptos por ellos considerados como propios de la Moral del Comunicador Social, cuyo campo de trabajo se ubica en prensa, radio, cine y televisión.

GREGORIO XVI (1831-1846)

Libertad con responsabilidad. Libertad de imprenta deseada. Evitar libros -antisociales- dañinos.

PIO IX ( 1846-1878)

Evitar los malos libros. Evitar libros impíos, revistas, hojas sueltas de mentiras, calumnias y engaños.

LEON XIII ( 1878-1903)

No al libertinaje de editar o desenfrenada libertad de imprenta. Errónea y corrupta edición de periódicos diarios excitando apetitos dañinos e incitaciones sensuales. Apoyo a la comunicación de cosas útiles. Búsqueda de la verdad que el alma

natural apetece.No subordinar el bien común a la parcialidad -  
 y al provecho de particulares. Publicar escritos sanos .No -  
 afirmar nada falso. No ocultar lo verdadero.Ilícito es a los -  
 hombres publicar lo contrario a la verdad y a la virtud. -

SAN PÍO X (1903-1914)

Evitar injurias y reproches;buscar la caridad y la concor-  
 dia .No al odio entre las clases sociales.Impedir venta y lec-  
 tura de malos libros.Licencia a publicaciones eclesiásticas con  
 el IMPRIMATUR y el NIHIL OBSTAT.Divulgación de escritos hones-  
 tos y saludables. Los malos libros destruyen la honestidad de  
 las costumbres como bases de la sociedad civil ,que en especial  
 corrompen a los jóvenes.

BENEDICTO XV (1914-1922)

Reflejar benignidad en los escritos públicos.Evitar falsas  
 acusaciones,intemperancias,injurias.Evitar la enemistad y el -  
 odio.

PIO XI (1922-1939)

No corromper la verdad. Cuidad la belleza y elegancia del  
 lenguaje,deleitando al lector con la verdad.Difusión del bien  
 y lucha contra elmal . Evitar el mal de la prensa dañina.Pro-  
 curar los buenos libros. Leer productos de la buena prensa.Evi-  
 tar publicaciones irrespetuosas e irreverentes con perturbación  
 de las conciencias e inteligencias .Cuidadosa vigilancia ante



la literatura impía. Luchar contra la obscenidad del cine. Convertir el cine en apoyo a la instrucción y educación. Orientar a los jóvenes perdidos por espectáculos y libros licenciosos. Informar sobre peligros morales. Apoyo al teatro educativo. Hacer cine que sea positivo y que cuide de la virtud. Sin pudor, cine, radio, novelas, etc, ensalzan torpes vicios. Evitar la publicación de libelos ante la omnipotencia de la prensa.

PIO XII (1938-1958)

Poder, eficacia y necesidad de las sanas lecturas. Algunos libros son manantial de libertad intelectual y moral. Peligro de las malas lecturas. Imágenes impuras y pensamientos nocivos - producidos por malos libros. Daño inconsciente de libros obscenos. Objetividad en la información. Es dañina la prensa inmoral. Evitar textos que difunden la mentira y el odio.

Deber de corregir los errores publicados por publicistas. La prensa debe ser íntegramente leal a la verdad. La libertad de prensa no permite imprimir lo falso o aquello que destruya la fibra moral y religiosa y la paz y armonía de las naciones. Condenar y perseguir los abusos de la prensa. Evitar la exaltación de la inmoralidad.

Servir a la verdad en todas sus formas, también a la justicia. El éxito del profesional de la comunicación depende de su fidelidad a la verdad y en defender los fundamentos morales de la sociedad humana. Para Pío XII la cualidad principal del comunicador social si que siendo su amor insobernable

por la verdad. Que la paz inspire a los escritores; para vivir conforme a la dignidad de la naturaleza humana.

JUAN XXIII (1958-1963)

Que los medios de comunicación social sean instrumentos positivos del bien. Deplorar peliqtros y daños morales provocados por la radio, cine y televisión contra la dignidad humana. Seguir siempre los dictámenes de una recta y delicada conciencia. Vigilar la calificación moral de las películas y proyecciones de televisión y radio. Los medios de comunicación social son ARMA VERITATIS. Los periodistas deben ser cultivadores de la verdad.

La prensa hace mal con su inmoralidad y malicia. Ser defensores intrépidos de la verdad, pero leales y generosos con los adversarios. La caridad en el escribir, incluso en la polémica, no debilita la verdad; antes al contrario la refuerza, porque la hace más aceptable.

Divulgar la verdad con diligencia, cautela y prudencia. No propagar por deber gravísimo, la mentira, el error, la obscenidad. A la prensa mala y mentirosa resistirla con la prensa recta y sincera. Responsabilidad de conciencia de editores, directores y redactores de publicaciones periódicas.

PABLO VI (1963-1977)

Reconocimiento del derecho del hombre a la libre expresión .La información tiene por fin ayudar al hombre.La información es reconocida hoy como un derecho universal.No confundir la libertad con licencia para alterar arbitrariamente los hechos. La opinión pública es un hecho inherente a la naturaleza social del hombre. La información está limitada por la ley moral interna.

No poner la publicidad al servicio de escándalos e inmoralidades. Otro límite está en un bien superior,el secreto legítimo , el bien común . Lamentables daños de la prensa irresponsable. No degradar la información convirtiéndola en propaganda.La verdad y el bien como límites de la libertad.

JUAN PABLO I ( 1978-1978)

Valor de las sanas lecturas .No tratar asuntos delicados de manera morbosa. No recurrir a los titulares sensacionalistas. Uso de la prensa contestataria para refutar tergiversaciones. No prestar demasiada atención a trivialidades. Es más importante publicar ideas positivas que buscar bienes pasajeros o vanos, como la fama o el dinero.

JUAN PABLO II (1978- ? )

El periodismo no es una vida fácil.Hay que ser plenos, fieles, adecuados y exactos en la información . El ideal del pe-

riodista es amar la verdad y la libertad. Algunos medios esconden insidias y peligros significativos. Evitar las agresiones de los mass-media como puede ser la apología de la violencia o el erotismo. No ofender el verdadero bien del hombre.

CONCLUSIONES AL TERCER CAPITULO.-

- 1.- A partir del 11 de febrero de 1929 el Estado Vaticano en Roma, Sede de la Iglesia Católica Universal tiene reconocimiento Internacional como entidad independiente, y bajo Soberanía Papal.
- 2.- El primero de febrero de 1985 el Arzobispado Mexicano afirmó que "La Iglesia no está en pugna con el Estado", deduciendo de tales declaraciones que es posible encontrar cierta similitud entre la estructura básica del estado y la de la Iglesia.
- 3.- La palabra de los Papas en cuanto al ejercicio moral de la comunicación social tiene triple eficacia: a) la de un tratado - nó sistemático - pero abundante de deontología para la comunicación colectiva; b) la de una historia de la evolución y desarrollo doctrinal; y c) la de una teología de las comunicaciones sociales.
- 4.- Con actitud vigilante la Iglesia Católica Universal representada por los Papas, comienza sus estudios deontológicos de comunicación social en 1831 con Gregorio XVI, adelantándose en más de 70 años a las propias formulaciones éticas de las organizaciones y asociaciones periodísticas internacionales iniciadas en Estados Unidos de Norteamérica a partir de 1900.
- 5.- Los criterios morales formulados por las asociaciones pe-

riodísticas de más de 50 países del mundo en sus códigos de ética periodística, NO SE OPONEN, NI CONTRADICEN, NI SON INCONGRUENTES ,MEJOR AUN SON COMPATIBLES Y SE ASEMEJAN a los criterios deontológicos Pontificios de comunicación colectiva y a las virtudes morales propuestas por Aristóteles, Platón, y otros filósofos.

6.- En 1826 había en Europa 2 mil 142 periódicos diarios, 978 en América y 48 en el resto del mundo.

7.- La primera voz Papal de alarma contra el abuso de la libertad de expresión es la de Gregorio XVI quien en 1831 escribe la primer Encíclica sobre el ejercicio moral del periodismo escrito , esta carta fué la "Mirari Vos".

8.- En el pontificado de Pío IX (1846-1878) se funda la primera escuela de periodismo (1878) en Estados Unidos; Pío IX dio su apoyo para fundar en 1861 L'Osservatore Romano periódico oficial de la Iglesia; de los dos documentos preparados por Pío IX sobre la ética del periodismo , destaca la Encíclica "Nostis et Nobiscum".

9.- León XIII actúa 25 años como Papa (1878-1903) en su época se realizan los principales descubrimientos a la comunicación radiofónica, en sus 19 documentos pontificios-principales-nunca olvida a los periodistas, empleando algún párrafo para llamar su atención sobre su deber y papel, constructivo o destructor.

10.- De 1903 a 1914 dura el período Papal de San Pío X ; en su época nace el primer noticiero cinematográfico;él prepara el - primer documento relativo al cine en su doble versión de cine- matógrafo y proyecciones.Además escribió seis documentos rela- tivos a la ética de la comunicación social.

11.- Benedicto XV,Papa de 1914 a 1922, escribió tres documentos pontificios de ética para la comunicación social;organizando transmisiones maratónicas radiofónicas a todo el mundo.

12.- En el período papal (1922-1939) de Pío XI , la televisión y el cine sonoro,triunfan y completan los principales medios de comunicación .Acompañado de Pío XI,Guillermo Marconi Jamesson inventor de la Radio, inaugura la Radio Vaticana; la primera encíclica sobre cine (Vigilanti Cura) es de Pío XI , además i- naugura la primera exposición mundial de la prensa católica.

Pío XI preparó once documentos pontificios relativos a la ética de la comunicación social.

13.- Bien podemos llamar a Pío XII. "El Papa de la Comunicación Social", ya que en su pontificado de 19 años (1939-1958)es el primer vicario de Cristo que habla por televisión;crea la Comi- sión Pontificia para Cine,Radio,y Televisión ,o "nuevos medios audiovisuales".

Pío XII , el Papa de la comunicación social,preparó 49 documentos sobre el ejercicio moral de la comunicación social,

destacando de él las encíclicas "Vigilanti Cura" y "Divini Redemptoris."

14.- Juan XXIII ,Papa de 1958 a 1963 enfatiza el "Derecho del hombre a buscar libremente la verdad, y el Derecho del ciudadano a una objetiva información de los sucesos públicos".

En su Pontificado se inicia la Era de la Comunicación vía satélite, los documentos generados por el Papa Roncalli, relativos a la deontología de la comunicación humana suman 32, destacando la Encíclica Pacem In Terris y Mater et Magistra.

15.- Hijo del Director del Periódico "Il Cittadino Di Brescia"; Juan Bautista Montini es Pablo VI (1963-1977) quien dispone en su pontificado de los más importantes medios de comunicación social en Ciudad del Vaticano. De los 20 documentos preparados por Pablo VI destacan ,el Decreto Conciliar "Inter Mirifica" sobre los Medios de Comunicación Social, y el Motu Proprio "In Fructibus Multis" instituyendo la Comisión Pontificia para los Medios de Comunicación Social .

En 1966 con Pablo VI se inicia la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, que incluye un mensaje anual del Papa dirigido especial y exclusivamente a los profesionales de la comunicación colectiva.

16.- Poco o nada hay escrito sobre comunicación social que este conservado en encíclicas o documentos pontificios accesibles,



preparados por Albino Luciani, Juan Pablo I el Papa Sonriente que ejerció 33 días su período pontificio.

El Papa Luciani en distintas ocasiones señaló que de no haberse dedicado al sacerdocio de seguro habría sido reportero y que esta labor debe ser responsable, objetiva y no sensacionalista.

17.- El primer Papa que visita México (en enero de 1979) es Juan Pablo II, Karol Wojtyla habla a los medios de comunicación social destacando la responsabilidad moral y social de decir la verdad y promover la paz entre las naciones.

Los principales documentos de Juan Pablo II sobre deontología de comunicación social son: los documentos completos "Juan Pablo II, es Peregrino de la Fe" y la "Exhortación Apostólica Familiaris Consortio", y ocho mensajes papales para la 'Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales'.

De las declaraciones de Juan Pablo II deducimos que los comunicadores sociales tenemos la grave responsabilidad de ser verdaderos y justos en lo que comunicamos al público.

## NOTAS BIBLIOGRAFICAS.-

- (1) PRIGIONE, Jerónimo Arzobispo: La Iglesia como Persona de Derecho de Gentes, Personalidad Internacional de la Santa Sede ;El Estado Vaticano, La Cuestión Romana; Conferencia del Episcopado Mexicano (CEM) ;XXXV Asamblea Plenaria Extraordinaria. Guadalajara, Jalisco ,1985.p.33.
- (2) Idem., p.6.
- (3) IRIBARREN , Jesús: El Derecho a la Verdad ,Ediciones de Bolsillo de la BAC (Biblioteca de Autores Cristianos). 1a.Edición, Madrid, 1968. p.p. 504.
- (4) Idem., p.p. 40-51.
- (5) Idem., p.51.
- (6) Idem., p.54.
- (7) Idem., p.p.56-74.
- (8) VALLOP , David: En el Nombre de Dios ;1a.Edición, 1984. Editorial Diana. México p.p. 27-22-37-, 168 y 169.
- (10) DOCA: Juan Pablo II, Peregrino de la Fe, Documentos Completos , 2a.Edición Corregida, 1979. Editorial JUS. México p.p. - 143-146.
- (11) Idem., p.146.
- (12) JUAN PABLO II : Encíclica Familiaris Consortio; La Familia en los Tiempos Modernos, Exhortación Apostólica. XIa. Edición, Ediciones Paulinas, 1984. México p.p. 129 y 131.
- (13) Idem., 131.
- (14) Idem., 131.

## CAPITULO CUARTO.-

LA ETICA EN LA EMPRESA DE COMUNICACION SOCIAL Y CRITERIOS PROFESIONALES DE EMISORES Y RECEPTORES DE LA COMUNICACION.

1.-La empresa de comunicación social,2.- Empresas de comunicación social de la República Mexicana,3.-La ética en la empresa de comunicación social,4.-¿Qué es un código de ética?, 5.-Códigos de ética en medios de comunicación de Jalisco, - 6.- Código de ética del comunicador social,7.-Criterios profesionales de emisores de la comunicación colectiva.

a)Prensa,Rogelio Guzmán,Presidente de la Asociación Mexicana de Editores (AME);Guillermo Martínez Márquez,Fundador de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP);Alfonso Pérez Vizcaíno - Subdirector de El Sol de Guadalajara,35 años de Divulgador Científico; Eduardo "EL Guerrero" Téllez Periodista Político por más de 50 años ; Francisco Bermúdez Periodista Investigador; Antonio Alcoba destacado Periodista Deportivo.

b)Radio, Guillermo Camacho ,Subdirector General de Notisistema Agencia Informativa.

c)Televisión,Rómulo O'Farril Jr.Presidente de Televisa y Noveidades Editores;Juan Dosal ,15 años Cronista Deportivo de Televisa.

d)Publicidad,Eulalio Ferrer,Publicista Internacional por más de 30 años .

e)Relaciones Públicas,Carlos Pizano y Saucedo,publicrelacionista mexicano por más de 30 años.

8.- Criterios Profesionales de receptores de la comunicación social y reconocidos líderes de opinión en México.

a)Líderes de Gobierno , Lic.Luis Valdéz Anguiano ,Subprocurador de Justicia del Estado de Jalisco;b)Líderes Obreros ,Don Heliodoro Hernández Loza, Senador y Secretario General de la CTM en Jalisco;Salvador Orozco Loreto Secretario General de la CROC en Jalisco.

c)Líderes Patronales,Lic,Juan Arturo Covarrubias Valenzuela Presidente del Centro Empresarial de Jalisco;d)Líderes Educativos,Profesor Manuel Lares del Toro,Secretario General del SNTSE Sección 16 Jalisco ;Lic.Samuel Rivas ,Presidente de la Federación de Asociaciones de Padres de Familia de Jalisco; Lic.Luis Pazos de la Torre destacado economista mexicano ; - e)Líderes Eclesiásticos,Sr.Obispo Adolfo Hernández Hurtado .

Antes de exponer el tema de la Etica de la Empresa de Comunicación Social y los Criterios Profesionales de Emisores y Receptores de la Comunicación , conviene hacer un justo reconocimiento a la labor trascendente de investigación y recopilación documental de los autores españoles Pedro José Pinillos y Suárez, José Tallón, José Martínez de Sousa y M.Cebrián Herreros , autores de los libros; La Empresa Informativa, prensa, radio, cine y televisión; Empresa y Empresario de la Información; del Diccionario General de Periodismo , y del Diccionario de Radio y Televisión, respectivamente.

Para encontrar documentos relativos a los conceptos, y normas morales de las empresas, medios o instituciones de comunicación social, batallamos tanto en Guadalajara, como en la Ciudad de México.

En distintas librerías notamos la ausencia de autores nacionales que estudiaran el tema de la Etica en la Empresa de Comunicación Social, sin embargo nos sorprendió la profunda y amplia bibliografía española relativa al tema.

Fue así como hemos podido integrar las opiniones de estos cuatro especialistas españoles, y así construir parte del cuarto capítulo.

Las opiniones de los catedráticos españoles coinciden con los diversos criterios profesionales expuestos, que concurren en afirmar la importancia de la moral en la comunicación colectiva.

## LA EMPRESA DE COMUNICACION SOCIAL.-

A principios del siglo XX, la prensa, radio, televisión y --  
cine logran amplios progresos en el mundo, y para satisfacer --  
sus necesidades fundamentales surge la empresa informativa o --  
de comunicación social, concentrando para alcanzar sus propósi  
tos, esfuerzos técnicos, humanos, así como capital para lograr un  
beneficio, conjuntamente con la importante función social de --  
conseguir mejores niveles educativos, distracción y además cier  
tas políticas o directrices sobre el desarrollo comunitario .

Las empresas de comunicación social son entidades orga-  
nizadas cuyo fin consiste en satisfacer la necesidad social --  
de la comunicación , con actividades de creación, edición y di-  
fusión de ideas, hechos y juicios, usando para ello elementos --  
humanos, técnicos y materiales, recursos económicos y relaciones  
comerciales.

Considera José Tallón, que la fórmula definitoria del con  
cepto empresa de información es " la disciplina -empresa infor  
mativa- es el conjunto de conocimientos sistematizados que tie  
ne por objeto el estudio de las unidades económicas de produ-  
cción y difusión de mensajes informativos." (1)

Debemos sin embargo distinguir entre empresas informati-  
vas y de comunicación social, pues no siempre toda empresa de

comunicación puede considerarse como informativa, pues la información se refiere comunmente a la actividad de dar a conocer noticias o información de sucesos diarios relativos a la sociedad, el estado ,el país, el mundo.

Los medios de comunicación o empresas de comunicación social son definidos respectivamente como sigue:

Empresa Periodística.-

José Martínez de Sousa señala en su Diccionario General del Periodismo que "el periódico como objeto informativo depende de una empresa que requiere una base económica tanto más amplia y compleja cuanto mayor sea la difusión de la publicación.(2 )

"Las características de cualesquiera otra empresa, aun siendo económicas, tienen una función pública, educadora, formadora de opinión. La empresa periodística maneja un producto muy delicado, la información, a través de la cual, sin duda, influye en la opinión pública."

Empresa Radiofónica.-

También la radio como empresa de comunicación colectiva requiere esfuerzos humanos, técnicos, y una fuerte inversión económica para realizar su función social educativa, de orientación, entretenimiento, diversión y formación .

"El Convenio Internacional de Telecomunicaciones define a la radiodifusión, como toda transmisión, emisión o recepción de signos , señales, escritos, imágenes, sonidos o datos de cual-

quier naturaleza, mediante hilo, radioelectricidad, óptica u otros sistema electromagnéticos, "expone José Tallón. ( 3)

"Una característica primordial de la radiodifusión es que sus transmisiones o servicios no se dirigen a una o varias personas determinadas, sino a todas aquellas que tengan acceso a un aparato receptor. La explotación del servicio siempre se lleva a cabo en un único sentido, y sin que la empresa radiofónica de comunicación, tenga la seguridad en cada caso de que sus emisiones son recibidas efectivamente."

Según Tallón "basta con que concurren las circunstancias técnicas que hagan posible tal recepción. Esto justifica la acción comercial de la empresa radiofónica." (4)

#### Empresa Cinematográfica.-

José Pinillos y Suárez estima que : "Todo esto es a la vez el cine; es industria complejísima, es arte-aunque no siempre-, es técnica óptica, electrónica y química, es sistema de educación, es propaganda política, es... muchas cosas más, porque el cine es uno de los más complejos y fundamentales métodos de difusión de imágenes e ideas que ha conocido jamás el hombre; por eso su comprensión como fenómeno técnico, social y cultural suele escapar a la mayoría de las gentes. (5)

En cuanto al desenvolvimiento de la empresa como tal, desde el punto de vista cinematográfico, puede decirse que el proceso industrial de las películas comienza con la producción. La producción además de las condiciones económicas y financie

ras, abarca el rodaje, revelado y positivado, doblaje y sonorización, la distribución e incluso la recolección de películas en su amplia variedad de estilos, géneros y clasificaciones.

Una empresa cinematográfica tiene entre otras actividades -aunque no necesariamente- el contar con salas especiales de exhibición. Actualmente el cine como empresa de comunicación, cuenta con bien organizadas cadenas o estudios, entre los que podemos citar, los estudios Walt Disney, Universal Studios, Estudios Churubusco, etc.,.

#### Empresa Televisiva.-

La televisión como empresa de comunicación social, reúne las características del cine y la radio, imagen y sonido, por ello es quizás el más complicado de los medios de comunicación social, y también el que más recursos humanos, técnicos, materiales y económicos requiere para sus propósitos sociales que también son educar, formar, orientar, divertir y entretener.

En opinión de M. Cebrián Herrero Profesor de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid y miembro del Instituto de Radio y Televisión de España, "la televisión es un medio de comunicación a distancia por el que un grupo minoritario, mediante imágenes y sonidos simultáneos y sucesivos, difunde, por vía hertziana, en directo o diferido, unos contenidos informativos, formativos, diversivos, persuasivos, cristalizados en unidades de programas, que se yuxta-



ponen en continuidad para formar una emisión, a una audiencia numerosa, disgregada y heterogénea, sin permitir una respuesta inmediata por el mismo sistema." (6)

Por su parte José Martínez de Sousa considera que "la televisión se convirtió en medio de comunicación social en la década de los treinta, sobre todo en los Estados Unidos, Francia e Inglaterra. En la década de los cuarenta ya era un medio de comunicación social. Después de 1946 se comenzó la investigación para la televisión en color." (7)

## EMPRESAS DE COMUNICACION SOCIAL DE MEXICO.-

En la República Mexicana, un total aproximado de 1668 empresas de comunicación social ejercen sus funciones educativas, informativas, de orientación, entretenimiento o diversión, a través de mensajes dirigidos a casi 80 millones de mexicanos distribuidos en el país.

De acuerdo al último dato estadístico fechado en Julio de 1986, y proporcionado por la Secretaría de Gobernación a través del Departamento de Información, el Subjefe de Información, Lic. Octavio Campos, indicó que "regularmente en México se editan un total de 290 periódicos diarios."

Aunque cabe advertir que el Directorio de Tarifas y Datos de Medios Impresos registra un total de 328 periódicos que se editan diariamente en nuestro país. (8)

Por otro lado las compañías productoras cinematográficas suman 98, según cifras contenidas en el libro de Virgilio An-duiza Valdelamar, "Legislación Cinematográfica Mexicana" (9). Durante 1983 uno de los principales espectáculos públicos fue el cinematógrafo, del cual se realizaron cerca de 892 mil 600 funciones, de acuerdo a datos de la Dirección General de Geografía, Estadística e Informática obtenidos del Anuario Estadístico de los Estados Unidos Mexicanos 1985. (10)

Además en nuestro país 873 estaciones de Radiodifusión en

Amplitud y Frecuencia Modulada (AM y FM) y Onda Corta utilizan el espacio aéreo para propagar sus ondas hertzianas y hacer llegar sus mensajes a la población.

Por su lado la televisión privada y oficial, cuentan en su conjunto con un total de 407 estaciones televisoras desde las cuales transmiten infinidad de imágenes y sonidos al pueblo de México. Conforme a las estadísticas de la Secretaría de Programación y Presupuesto. (11)

Reflexionando sobre la Importancia de la Etica en la Comunicación Social nos preguntamos ¿ Cuántas de las 1668 empresas de comunicación social que hoy funcionan en México, cuentan con un Código Moral o una serie de normativas morales a las cuales apearse para que los agentes o comunicadores sociales que en ellas trabajan cumplan consciente y libremente con su responsabilidad moral y social de comunicar?.

Antes de dar respuesta a esta interrogante, aclaramos que para nuestro estudio excluirémos al cine, ya que esta empresa o medio de comunicación colectiva no realiza actividades normales de información, orientación, educación, etc., pues comunmente su labor es de entretenimiento y diversión.

Raras veces las pantallas cinematográficas ofrecen al pueblo de México, películas educativas, informativas o de orientación; lo que comunmente distingue al cine nacional es la inmo-

ralidad, la violencia, pornografía y mal gusto. Todo ello como consecuencia de una conciencia carente de principios morales -generalmente- inmoral y amoral, reflejada en las producciones de cine que frustran y trastornan un sano y racional desarrollo comunitario .

Virgilio Anduiza Valdelamar menciona en su libro "Legislación Cinematográfica Mexicana" algunos datos que aunque no actualizados, muestran la ausencia de responsabilidad social, educativa y moral del cine nacional en su "mejor época".

En la que es considerada la "mejor" etapa del cine mexicano, de 1930 a 1953, se filmaron 1480 películas; la clase de cintas filmadas de 1930 a 1954 fueron ;56 por ciento cómicas, 30 por ciento dramáticas, 8 por ciento melodramáticas, 4.6 por ciento de aventuras, 0.8 por ciento históricas y 0.6 por ciento documentales.

Si esto sucedió en la "mejor" época del cine nacional, qué podríamos decir del que ahora se exhibe en la mayoría de las salas cinematográficas que generalmente difunden películas extranjeras ajenas a las costumbres y normas tradicionales de justicia libertad, verdad y moralidad del pueblo mexicano.

Sin duda que es urgente que la Renovación Moral llegue también a la mayoría de las 98 empresas de cine que hoy funcionan en el país, para que cumplan moralmente con sus funciones sociales de educar, informar, orientar, entretener y divertir.

## LA ETICA EN LA EMPRESA DE COMUNICACION SOCIAL.-

La prensa, radio, cine y televisión como empresas de comunicación social deben practicar como virtudes básicas, la justicia, caridad, equidad, prudencia, sociabilidad, el bien común; deben prepararse profesionalmente, practicar la afabilidad y la liberalidad; esto en cuanto al aspecto moral interno de la empresa, recomendaciones que estimamos válidas y que son propuestas por Pedro José Pinillos y Suárez en su libro "La Empresa Informativa, prensa, radio, cine y televisión." (12)

En cuanto al aspecto moral externo de los medios de comunicación social, Pinillos y Suárez indica que como sucede con otras empresas en otras actividades, a la empresa de comunicación social le están prohibidas por principios morales algunas actividades.

"La información ejerce una gran influencia y por ello se ha de cuidar el modo de ejercerla, convencidos de ese poder. Una información objetiva, es algo que entra dentro de la ética de la empresa informativa.

"Como además interpreta, publica o rechaza el acontecimiento político, según sus propias ideas, y el conocimiento que tiene de su verdadero alcance, es también un factor de peso en la formación de la opinión y la voluntad públicas, la prensa y los

medios informativos en general deben estar muy imbuídos de lo que significa la ética para responder a una sola línea objetiva.

"La ética de la empresa informativa impide el engaño. Y es que el público, ante el temor de una falta de ética, sospecha en múltiples ocasiones que es mal informado. No en balde dentro del periodismo americano existen técnicas como la "Name Calling" o método de reiteración de calificativos; la "card stacking", o método que pretende el desprestigio de una noticia, acudiendo a argumentaciones poco claras; e incluso el "band wagon" que es un sistema contrario al anterior con el que se busca la captación de la masa a la que se dice informa. Frente a ello es necesario mantener el principio moral de la objetividad."

Relativo al principio moral de Objetividad en la comunicación social, el Papa Juan XXIII señala en la Encíclica *Pacem In Terris* que "todo ser humano tiene derecho a la objetividad en la información". Por su parte Pablo VI señaló en el Seminario Europeo de la ONU, que "Nadie tiene derecho a escoger de modo arbitrario sus informaciones difundiendo sólo lo que esté de acuerdo con sus opiniones y callando lo demás; se puede pecar contra la verdad no sólo con afirmaciones inexactas sino también con omisiones premeditadas". Asimismo Pío XII en julio de 1945, dijo a una Representación de Organizaciones Periodísticas: "El digno éxito de vuestra profesión depende de

un hecho esencial; de vuestra fidelidad a la verdad en cuanto escribís y habláis."(13)

Constantemente pueden observarse las actitudes de distintas personalidades en torno a la ética de la función social de las empresas de comunicación social, aconsejando estricta imparcialidad en la difusión de sucesos, y cómo la buena información debe ajustarse a la más estricta moral.

"El deber del reportero es proporcionar a sus lectores fi-  
jos, detalles de lo ocurrido nada más. Si se trata de darles algo más se mueve en aguas peligrosas, porque interfiere en el derecho del lector a sacar sus propias conclusiones" escribe Pini-  
llos y Suárez.

"Un ejemplo de lo que no debe ser el informador , o lo que es el mal informador desprovisto de ética , es aquél que por razones personales es hasta capaz de distorsionar la tranquilidad entre los pueblos. Un caso es el del famoso Hearst, que precipitó la guerra de Estados Unidos de Norteamérica contra España, a raíz de las informaciones falsas publicadas en su diario New York Journal, sobre el hundimiento del acorazado Maine, anclado en La Habana, Cuba y supuestamente hundido por los españoles, como no pudo demostrarse posteriormente."

Los conceptos morales principales, que deben normar las actividades de los distintos medios de comunicación social son

los que Pedro José Pinillos y Suárez propone enseguida, mismos que consideramos válidos una vez que los hemos cotejado y se asemejan a los principios morales propuestos por los antiguos pensadores clásicos, considerados como deontología de comunicación por la Iglesia Católica, a través de once pontífices de 1831 a 1986; e incluidos además, en más de 50 Códigos de ética periodística de igual cantidad de países del mundo .

"1.- Responsabilidad . El derecho que tiene una empresa informativa para atraer y mantener a sus lectores, está limitado por consideración del bien público. El uso que hace la citada empresa de la participación de la atención del público al que sirve, está determinada por su sentido de responsabilidad , la cual comparte con los restantes miembros de la profesión.

"2.- Libertad. Que tiene que ser conceptuada como un derecho vital de la humanidad, aunque limitada también en ciertos casos en pro del bien público.

"3.- Independencia. Libertad en todos los aspectos menos en el que corresponde al derecho de la buena información del público.

"4.- Sinceridad, certeza, exactitud. Buena fe hacia el informado, que es la base de toda información consciente y sana.

"5.- Imparcialidad. La práctica fundamental indica que es factible hacer una distinción clara entre reportajes y expresión de opiniones." (La ausencia de juicios y calificativos en la información proporciona imparcialidad al informado ).



"6.- Carencia de calumnias. Prohibición del empleo de este tipo de información.

"7.- Decencia. A un medio informativo no se le debe escapar la convicción de poca sinceridad si cuando profesando un propósito de alta moral, practica, un tipo de periodismo "yellow" con detalles pronográficos , crímenes, vicios, etc., . exponiendo vidas privadas íntimas al comentario.

"8.- Carencia de falsos sistemas. No emplear sistemas nunca aconsejables para la práctica de las informaciones que pueden dar lugar a orientaciones tendenciosas. Cuanto se expone es importante hacérselo comprender a cuantos elementos componen la plantilla de una empresa informativa. De otro tipo de relaciones dentro de la ética y la empresa son aquellos que se derivan de las relaciones del empresario con otros de su misma profesión, para quienes deben evitarse como medida general las competencias basadas en el fraude, la mentira o la injusticia.

"También parece inmoral valerse de la prepotencia económica para monopolizar, con daño a terceros, la elaboración del servicio de información."

## ¿ QUE ES UN CODIGO DE ETICA?

Un código de ética es un cuerpo de normas o leyes morales dispuestas según un plan metódico y sistemático. Para el campo de la comunicación social, un código moral, es igualmente, una serie de deberes propuestos para el ejercicio profesional del periodismo, radiodifusión, cinematografía, televisión, publicidad y relaciones públicas.

Las normativas éticas son limitaciones establecidas por las empresas de comunicación colectiva consideradas como indispensables para el cumplimiento de la función social de comunicar a los demás los acontecimientos que suceden en la ciudad, estado o nación, y que esta labor se realice con miras al bien común.

La mayoría de las naciones del mundo poseen códigos de ética para la comunicación humana, especificando responsabilidades morales para el cumplimiento libre y consciente de la comunicación social.

En México el código de ética adoptado en 1980 por el Sindicato Nacional de Redactores de la Prensa (SNRP) es considerado uno de los más importantes, por incluir los principales conceptos deontológicos internacionales de periodismo.

Sin embargo existen otros medios de comunicación colectiva en México, que por sus cualidades requieren un código moral más apropiado.

CODIGOS DE ETICA EN MEDIOS DE COMUNICACION  
SOCIAL EN EL ESTADO DE JALISCO .-

Por la importancia de las normativas morales o deontológicas contenidas en un código de ética para la comunicación social en sus distintas ramas de ejercicio profesional, en el Estado de Jalisco cuya capital Guadalajara es la segunda ciudad en importancia en el país, investigamos directamente con reporteros, ejecutivos, redactores, corresponsales y directivos de prensa, radio y televisión , sobre la existencia de un código de ética en cada uno de los principales medios, obteniendo los resultados que a continuación se mencionan.

23 empresas de comunicación social investigadas en Jalisco no cuentan con un código moral para el ejercicio profesional, aunque todos los agentes averiguados que en ellas laboran ,afirmaron que conocen las leyes específicas del medio en que trabajan , así como las normas tradicionales de justicia, libertad, verdad y moralidad.

Es decir en el caso de prensa , los empresarios y agentes de la comunicación conocen la Ley de Imprenta; en el caso de radio y televisión tienen conocimiento de la Ley Federal de Radio y Televisión .

Todos los empresarios y comunicadores sociales (asalariados) indicaron que tradicionalmente en forma oral sus patrones les "leen la cartilla" es decir que les señalan las normas é-

ticas a seguir , para el cumplimiento fiel de su labor informativa y de comunicación colectiva.

RESULTADOS DE LA INVESTIGACION SOBRE LA EXISTENCIA DE CODIGOS DE ETICA EN 23 EMPRESAS DE COMUNICACION SOCIAL, PRENSA, RADIO Y TELEVISION EN EL ESTADO DE JALISCO .-

medio de comunicacion social.      existe código moral por escrito.      - dice conocer y guiarse por normas de la ley específica del medio art. 6 y 7 constitucionales ,y por normas tradicionales de justicia, libertad, verdad y moralidad.

PRENSA			
1.- El Informador--	no	-	si
2.- El Occidental--	no	-	si
3.- El Sol de Guad-	no	-	si
4.- El Diario --	no	-	si
5.- Ocho Columnas--	no	-	si
6.- El Jalisciense-	no	-	si
7.- Excélsior -	no	-	si
8.- El Nacional -	no	-	si
9.- El Heraldo -	no	-	si
10.-El Día -	no	-	si
11.-La Prensa -	no	-	si
12.-El Universal -	no	-	si
13.-Ovaciones -	no	-	si
14.-Uno Mas Uno -	no	-	si
15.-La Jornada -	no	-	si
16.-Informex -	no	-	si
17.-Novedades -	no	-	si
TELEVISION			
18.-TELEVISA -	no	-	si
19.-IMEVISION -	no	-	si
RADIODIFUSION			
20.- NOTISISTEMA -	no	-	si
21.- EN RESUMEN -	no	-	si
22.- NOTICIAS DEL 58-	no	-	si
23.- SERFIN NOTICIAS-	no	-	si

Los agentes de la comunicación colectiva considerados en nuestro estudio, señalan que es ya tradicional el "código moral verbal" para el ejercicio profesional de su trabajo; es decir son normas que les son advertidas a manera de "nos leen la cartilla" antes de empezar labores.

Todos los entrevistados estiman en cuanto a la moral en prensa, radio y televisión, que más que un código o conjunto sistémico de normas deontológicas, se trata de "valores entendidos", normas tradicionalmente conocidas.

Tales "valores entendidos" explicaron, son conceptos como: objetividad, verdad, justicia, libertad de prensa, humildad, generosidad, fortaleza, sociabilidad, amistad con los compañeros, respeto personal y público, sociabilidad, no amarillismo o sensacionalismo, amistad con los compañeros, no aceptación de chayotes o embutes (dádivas económicas o igualas), para manejar tal noticia o información conforme a intereses ajenos al bien común, etc.; ser honestos, sinceros, positivos o constructivos, no recibir publicidad pornográfica, no ganar dinero en ocasiones para dignificar la sociedad y la misma profesión, no ser parciales al informar, es decir ser imparciales en los juicios, no calumniar, ni difamar, no mentir, ser realistas; no anunciamos si no nos interesa lo propuesto porque primero buscamos la dignificación de la comunidad, evitar la vulgaridad, etc.,

Ante la ausencia total de códigos de ética para el ejercicio de la comunicación social en los medios ,considerados en nuestro estudio ,estamos en condiciones de formular un Código Moral para el Comunicador Social.

En base a los valores morales universales reconocidos por los antiguos y modernos filósofos,Sócrates,Platón,Aristóteles, Santo Tomás de Aquino,San Agustín,Soren Kierkegard,Emmanuel - Kant y otros pensadores; así también estimando los valiosos estudios deontológicos de comunicación colectiva preparados por la Iglesia a través de once Papas desde 1831 a 1986 ; y teniendo en cuenta las normas morales contenidas en más de 50 códigos de ética periodística del mundo, preparados a partir de 1900 por comunicadores sociales organizados , estamos en condiciones de formular el siguiente CODIGO DE ETICA DEL COMUNICADOR SOCIAL.

## CODIGO DE ETICA DEL COMUNICADOR SOCIAL.-

- 1.- Generosidad. Derecho a réplica o de rectificación. En los escritos polémicos ser generosos con los adversarios.
- 2.- Fortaleza. Defender la libertad de información. Amor insoportable por la verdad.
- 3.- Optimismo. Promoción de la paz, Reflejar benignidad en los escritos públicos.
- 4.- Perseverancia. Integridad. Rechazo del soborno, seguir siempre los dictámenes de una recta y delicada conciencia.
- 5.- Orden. Exactitud, condenar y perseguir los abusos, evitar el libertinaje de edición.
- 6.- Responsabilidad. Responsabilidad por lo publicado. Responsabilidad de conciencia de Editores, Directores y Redactores de publicaciones periódicas.
- 7.- Respeto. Respeto a la vida privada. Evitar falsas acusaciones, intemperancias, injurias.
- 8.- Sinceridad. Objetividad. Búsqueda de la verdad que el alma natural apetece.
- 9.- Pudor. Dignidad profesional. Evitar la errónea y corruptora edición de periódicos diarios excitando apetitos dañosos e incitaciones sensuales.
- 10.- Sobriedad. Incompatibilidad de la publicidad y la propaganda en la información. El éxito del profesional de la comunicación depende de su fidelidad a la verdad y en defender los fundamentos morales de la sociedad humana.
- 11.- Flexibilidad. Igualdad de trato. Servir a la verdad en todas sus formas.
- 12.- Lealtad. Dignidad y lealtad profesional. Ser defensores intrépidos de la verdad, pero leales y generosos con los adversarios.
- 13.- Laboriosidad. Búsqueda del libre acceso de las fuentes informativas. Los periodistas deben ser cultivadores de la verdad.



14.- Paciencia. Prohibición de incitación a la violencia. El crimen y el robo.

15.- Justicia. Igualdad de trato. Servir a la justicia. No corromper la verdad, deber de corregir los errores publicados.

16.- Obediencia. Solidaridad profesional. Que los medios de comunicación social sean instrumentos positivos del bien.

17.- Prudencia. Secreto profesional. Divulgar la verdad con diligencia, cautela y prudencia. No propagar por deber gravísimo la mentira, el error y la obscandad.

18.- Audacia. Responsabilidad en la cobertura de crímenes. Ser defensores intrépidos de la verdad.

19.- Humildad. Sencillez para ayudar a sus colegas menos capaces. Que la paz inspire los mensajes, para vivir conforme a la dignidad de la naturaleza humana.

20.- Sencillez. Sencillez para ayudar a sus colegas menos capaces. Evitar la enemistad y el odio. Leer productos de los buenos comunicadores.

21.- Sociabilidad. Fraternalidad gremial. Apoyo a la comunicación de cosas útiles.

22.- Amistad. Promoción de la amistad internacional. La libertad de prensa no permite imprimir lo falso o aquello que destruya la fibra moral y religiosa de los individuos y la paz y armonía de las naciones.

23.- Comprensión. Secretos profesionales. Servir a la caridad cristiana. Rechazar las publicaciones reprobables y corruptoras.

24.- Patriotismo. Responsabilidad en la seguridad nacional, tanto los malos libros o mensajes sociales destruyen la honestidad de las costumbres como bases de la sociedad civil, que en especial corrompen a la juventud.

Nota.- Este código de ética del comunicador social, lo hemos elaborado en la presente tesis con el fin de hacerlo extensivo para quienes nos dedicamos a cualquiera de las áreas de las ciencias de la comunicación. Su elaboración se fundamenta en lo expuesto en las doctrinas filosóficas clásicas sobre moral; también a partir de la doctrina de la Iglesia sobre comunicación social, y de la ética periodística propuesta en más de 50 códigos de ética del mundo.

ROGELIO GUZMAN PRESIDENTE DE LA  
ASOCIACION MEXICANA DE EDITORES.-

Rogelio Guzmán Presidente de la Asociación Mexicana de Editores que agrupa a más de 60 diarios de provincia del país, señala a continuación distintos aspectos importantes de ética periodística, destacando los fundamentos morales de AME, asociación que representa.

"1.- En cuestión moral, AME busca preservar un alto sentido del profesionalismo periodístico;

"2.- Desterrar algunos vicios que tradicionalmente se vinculan al periodista, por ejemplo la aceptación de "embutes" o dádivas, la extorsión o chantaje;

"3.- Buscar que las empresas periodísticas agrupados en AME sean autosuficientes por sus propios recursos;

"4.- Lograr autosuficiencia económica que convierta al periódico en empresa libre, para con ello alcanzar la libertad de criterios;

"5.- Buscar ayudarnos en reciprocidad, unidos plantear soluciones a problemas comunes;

"6.- Mantener relaciones de respeto con el sector público, nó de sometimiento;

"7.- Considerar que los principios morales no cambian con el tiempo o las épocas;

"8.- Que cada editor de periódico tenga respeto por su país, buscando que el uso de la libertad de expresión sea correcto;

"9.- Que cada periódico con respeto a su posición filosófico-política, aspire a que México evolucione;

"10.-No hacer un periodismo de desesperanza en el que todo es negativo, malo; tampoco caer en el periodismo del aplauso o de la miel;

"11.- Es nuestro deber hacer un periodismo objetivo, analítico, crítico, reflexivo pero que construya, México requiere un periodismo que conduzca a la solución de los problemas generales."

Después de declarar algunos principios deontológicos o normas morales del periodista, Rogelio Guzmán, como Presidente de la Asociación Mexicana de Editores (AME), consideró respecto a la responsabilidad ética del profesional de la comunicación y su adhesión a la Renovación Moral de la Sociedad propuesta por el Presidente de México Lic. Miguel de la Madrid, lo siguiente:

"Difícilmente el pueblo mexicano en su mayoría tiene la oportunidad de una expresión directa en los medios de comunicación social; y siempre he sostenido que los funcionarios, organismos u otros sectores político-socio-económicos, no son las únicas fuentes de información .

"La función social de los comunicadores colectivos será más amplia cuando consideren al pueblo, al hombre de la calle, el profesional, al burócrata, al obrero, al campesino, al profesionalista, como fuentes válidas de información, como ciudadanos responsables."

Considerando la trascendencia de la Renovación Moral propuesta por el Jefe de la Nación Lic. Miguel de la Madrid, el presidente de AME Sr. Rogelio Guzmán estima que los medios de comunicación social deben dar la oportunidad al pueblo, a la masa, porque "es una fuente rica de información, capaz de transformar la realidad del país, debemos pues abrir nuestras páginas a su participación, mediante entrevistas, encuestas, cultivando géneros periodísticos más participativos a la investigación y a la opinión de diversas fuentes," dijo .

La Asociación Mexicana de Editores (AME) es un organismo que reúne ya a 62 periódicos de 40 ciudades de 19 estados de la República Mexicana. Según información proporcionada por el Lic. Felipe Ortiz, Coordinador de Producción del Boletín de AME, los Estatutos y Reglamentos de la misma Asociación son los siguientes, a los cuales se apegan los diarios agrupados en AME.

## ESTATUTOS DE AME.-

## Principios Generales.-

"I.- Un periodismo honesto, libre e independiente, es la mejor contribución para la paz de un mundo de naciones libres, pobladas por hombres libres.

"II.- Sin libertad de prensa no hay democracia, la libertad de pensamiento y su expresión hablada o escrita son derechos inseparables esenciales, constituyen a la vez garantía y defensa de las otras libertades en que se funda la democracia.

"III.- La libertad de información es derecho inherente al de la libertad de opinión, la información, tanto nacional como internacional, ha de recibirse, transmitirse y difundirse sin ninguna restricción, los impresos deben circular dentro de un país o entre países con la misma libertad, las medidas que, con cualquier pretexto, restrinjan esa libertad, son antidemocráticas.

"IV.- El ejercicio del periodismo es libre, las prohibiciones, restricciones o permisos para ejercerlo, si afectan a propietarios, colaboradores o empleados de un periódico, violan la libertad de prensa.

"V.- Los regímenes políticos que no respetan o no hacen respetar la plena libertad de prensa y el derecho del pueblo a estar informado, no son democráticos.

"VI.- Lo que puede expresarse verbalmente, puede expresarse por medio de la prensa, Clausurar o inutilizar una empresa periodística, es lesivo a la cultura o la democracia.

"VII.-La prensa libre es primordial para formar y expresar la opinión pública.México ,por su tradición y su destino,ha de ser un país de opinión pública.

#### OBJETIVOS.-

"Artículo 2.- Los fines de esta asociación son:

"a)Fomentar y proteger constantemente los intereses generales y específicos de la prensa diaria y periódica de México.

"b)Defender la libertad de prensa en México y luchar por que se reconozca el derecho del pueblo a estar plenamente informado.

"c)Fortalecer y mantener la dignidad ,los derechos y responsabilidades de normas para la profesión y la conducta comercial ética.

"d)Intercambiar ideas e información que propendan al desarrollo cultura,material y técnico de la prensa de México,en aras de su engrandecimiento y progreso.

"e)Fomentar un más activo y cordial intercambio entre sus miembros para analizar y buscar soluciones comunes a los problemas de finanzas y economías periodística,administración, - crédito,estímulos fiscales,aranceles,permisos de importación de maquinaria y equipo en general, intercambio publicitario,

ingeniería de costos, tarifas de publicidad, precio de venta de los periódicos, política de ventas en general, canales de distribución y circulación, fletes y acarreos, envíos y recibos de comunicaciones, gastos indirectos de fabricación, costos en la facturación, servicios informativos y materiales periodísticos, proyectos de expansión a corto, largo y mediano plazo, asesoría jurídica y todos aquellos renglones de las áreas de redacción y administración.

"f) Asegurar a los miembros su libertad de las exacciones injustas o ilegales; asegurar la protección común de los derechos de propiedad intelectual y literaria y proteger a los miembros contra las leyes y actos irresponsables.

"g) Trabajar por el desarrollo del mejoramiento ;capacitación y actualización de los recursos humanos; mejoramiento de contenidos informativos y editoriales, salarios a columnistas, reporteros, articulistas y fotógrafos.

"h) Trabajar en apoyo de los principios fundamentales de una sociedad libre y de la libertad individual, y en suma, trabajar colectivamente por la solución de los problemas comunes y por la conservación de la paz y la tranquilidad.

"i) Para mantener la unidad de todos los miembros ,esta asociación permanecerá al margen de cualquier ideología política o religiosa, manteniéndose al margen de cualquier conflicto

to político o religioso que surja entre sus miembros, quedando prohibido a los miembros tratar en esta asociación conflictos de este tipo ."

Cabe advertir que las declaraciones del Presidente de la Asociación Mexicana de Editores (AME), Sr. Rogelio Guzmán, fueron recogidas durante las actividades del Seminario "El Reto del Siglo XXI A Los Medios de Comunicación" celebrado del 25 al 27 de febrero de 1985 ,en Guadalajara, y organizado por la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), la AME y el Diario Ocho Columnas.

Asimismo los Estatutos y Reglamentos de la AME , fueron transcritos del folleto relativo a los mismos, proporcionado por la Oficina de AME en Guadalajara a cargo del Lic. Jorge - Sotomayor y del Lic. Felipe Ortiz, ambos miembros de la asociación .



GUILLERMO MARTINEZ MARQUEZ FUNDADOR-PRESIDENTE  
DE LA PRIMERA ESCUELA DE PERIODISMO EN AMERICA-  
LATINA, FUNDADOR EMERITO DE LA SOCIEDAD INTERA-  
MERICANA DE PRENSA .-

Una norma ética universal de comunicación social es la -  
Defensa de la Libertad de Expresión e Información, incluida en  
más de 50 códigos de ética periodística de igual cantidad de  
países.

Sobre este punto particular presentamos enseguida la opi-  
nión de Guillermo Martínez Márquez, Fundador-Presidente de la  
primera Escuela de Periodismo establecida en Latinoamérica, en  
Cuba.

El Sr. Martínez Márquez es fundador emérito de la Sociedad  
Interamericana de Prensa (SIP) que agrupa en México entre otros  
diarios a Novedades Editores y el diario Ocho Columnas de Gua-  
dalajara.

"El tema central de la SIP siempre ha sido y es la defen-  
sa de la libertad de expresión", y siendo inmoral atacar este  
principio ético y derecho natural del hombre, el periodista -  
Martínez Márquez considera que algunos males universales están  
amenazando este derecho a la libre expresión.

Específicamente el terrorismo y el narcotráfico son dos  
males universalmente negativos y destructivos, y como tales -  
están contra la libertad de prensa y el resto de las libertades,  
explica el Fundador de la SIP.

"Las tentaciones son muy grandes para los periodistas, por-

que para un hombre joven del periodismo, aunque él crea que tiene los principios morales muy afianzados, que de un de repente le dicen que la van a dar 100 mil dólares por algo, ¿qué hace?, ¿lo rechaza?. ¿és su riqueza, és quizá todo su futuro?; en sí las tentaciones son extraordinariamente poderosas, y los comunicadores sociales deberían enfrentar algunos males universales como el terrorismo y el narcotráfico."

El Decano Periodista Guillermo Martínez Márquez estima que "otro de los peligros que se cierne sobre la libertad de expresión, es el que constituye los intentos por establecer con carácter de obligatorio, colegios de periodistas que en realidad son sindicatos al servicio de gobiernos con tendencias totalitarias."

"Es la libertad de expresión, la que puede salvar en un momento dado a las democracias, aunque es conveniente advertir que algunos periodistas inmoralmemente están conspirando contra la misma libertad de prensa", agrega.

La responsabilidad ética de los comunicadores es muy grande, considerando el Fundador de la primera Escuela de Periodismo de Latinoamérica que: "El periodismo no es sólo una profesión, sino también un sacerdocio que los periodistas tenemos para la sagrada misión de defender la democracia. Es muy difícil imponer a los periodistas invitaciones legales de cualquier tipo sin que con ellas no se limite la libre expresión.

"Los propios periodistas son los que tienen que imponerse limitaciones basadas en el principio de que en ciertas ocasiones el derecho a la información ,está por debajo de otros derechos y deberes como es la obligación de defender a la patria."

DR. ALFONSO PEREZ VIZCAINO PERIODISTA CIENTIFICO  
POR MAS DE 35 AÑOS ,SUBDIRECTOR DE EL SOL DE GUA-  
DALAJARA, JALISCO.

La deontología o filosofía moral de la comunicación social abarca todas las áreas de actividad humana en que se desenvuelve el comunicador social profesional; una de estas importantes ramas de trabajo es el periodismo científico, y en México se editan casi un centenar de revistas y semanarios, se transmiten programas radiofónicos y televisivos, documentales cinematográficos, con el propósito de divulgar la ciencia.

Para que el periodismo o divulgación científica cumpla con su función social y responsabilidad moral a fin de lograr plenamente sus objetivos en beneficio del país, México ingresa en 1979 a la Comunidad Iberoamericana de Periodismo Científico, comprometiéndose a cumplir con los Principios Eticos del Periodismo Científico aprobados entre las Conclusiones del I Congreso Iberoamericano.

Respecto a la divulgación científica ,enseguida expondremos la opinión o criterio profesional del Dr. Alfonso Pérez Vizcaíno, quien por más de 35 años ejerce esta área de la comunicación social, publicando escritos en varios géneros periodísticos en publicaciones como El Figaro, La Prensa de México, El Sol de Guadaluajara, la Revista de América y el diario Atisbos.

El Dr. Pérez Vizcaíno es maestro titular desde hace varios años , de la clase de Periodismo de la Ciencia, en la Universidad Autónoma de Guadalajara, actualmente Subdirector de El Sol de Guadalajara, sus consideraciones son las siguientes:

"Las normas éticas son aplicables por todos los periodistas, también por los que se dedican a la divulgación científica, el periodista debe reconocerlo, la ética tiene validez en todas partes no sólo en México.

"Si hablamos del código de ética del periodista científico, es porque se trata de un código de ética personal del periodista, hay que evitar el sensacionalismo, no exagerar, hay que cuidarse muy bien de los charlatanes, buscar fuentes que no tengan tacha o antecedentes mezquinos.

"Tenemos que expresarnos con claridad, valernos de las comparaciones, evitar la monotonía, entender perfectamente sobre lo que escribimos; hay algunos puntos que podemos citar textualmente del libro de Manuel Calvo Hernando "El Periodismo Científico", por ejemplo el que señala que hay que evitar el almanaquismo. Es decir , una tendencia a convertir la información educativa, científica y tecnológica en curiosidades, registros de records, anécdotas, etc." (14)

Agrega el Dr. Alfonso Pérez Vizcaíno ex-miembro de la Sociedad Astronómica de México, que el divulgador científico debe cuidar aspectos como : "la ausencia de un mensaje didáctico y posi--

tivo en muchos escritos;escaso respeto por la exactitud científica,tanto en el concepto como en la cifra,o medida;atención marcada a los elementos subalternos de una información científica,con descuido de los elementos principales,para acentuarle la posibilidad de impacto en el lector;superficialidad, falta de documentación,improvisación y precipitación en el aprovechamiento de las fuentes; y en lo que al periodismo se refiere,pregtemos atención a las perspectivas singulares de la participación de los medios informativos para cubrir en todos los seres humanos la dimensión educativa y cultural de que ahora carecen en gran parte."

Atendiendo el criterio profesional del Dr. Alfonso Pérez Vizcaíno en relación al valor práctico del Código de Etica del Periodista Científico, enseguida transcribiremos textualmente estas normas morales, que no sólo deben acatarse por los periodistas científicos sino por todos los comunicadores sociales en general.

El código moral del divulgador científico lo hemos tomado íntegro del libro "Periodismo Científico " de Manuel Calvo Hernando.(15)

"La ética del periodismo científico.-

"La responsabilidad del periodista científico ha sido considerada desde tres vertientes:

"a)La responsabilidad jurídica.Se deriva de las leyes del país en el cual ejerce su profesión,que regulan la comunicación

social y normalmente cuidan más de reprimir las ofensas y daños a la persona que de los delitos contra entidades y normas sociales de gran importancia para la población.

"b) La responsabilidad social. Se refiere a la buena o mala influencia que el periodista científico puede ejercer sobre sus lectores. La influencia y capacidad de penetración de los medios de comunicación es conocida; el periodista científico debe tener conciencia de la potencialidad del instrumento que utiliza.

"Esta conciencia se expresa en la responsabilidad social de ser honesto, veraz, objetivo y escrupuloso. En la mayoría de los países han sido codificadas por las agrupaciones profesionales las normas éticas del periodismo.

"c) La Responsabilidad política. Ha de entenderse como la finalidad última de la acción y del quehacer del periodista científico y educativo y no tiene que ver con la política de partidos, sino con el compromiso social que contrae el periodista al abrazar esta profesión y que implica una grave responsabilidad, especialmente para quien ha profundizado en el mundo de los conocimientos y la técnica, ahora tan decisivos en las modernas sociedades.

En su ponencia sobre "La ética del periodismo y la enfermedad del siglo", en el I Congreso Iberoamericano de Periodis-

mo Científico , el doctor Miguel M. Mulhmann, de Argentina, formulaba las siguientes recomendaciones sobre la ética en el periodismo científico, declaración aprobada por la Asamblea General ,entre las conclusiones del I Congreso Iberoamericano de Periodismo Científico. (16)

"1.- No recoger informaciones científicas que no provengan de fuentes reconocidas, serias y responsables.

"2.- Tratar en lo posible que estas noticias sean el resultado de un acontecimiento científico donde hayan participado eminentes especialistas.

"3.- Anunciar el hallazgo en la forma más ajustada a la suministrada por el investigador.

"4.- Tratar de colocar entre comillas sus declaraciones para hacerlo responsable y, al mismo tiempo, para que el lector pueda distinguir el agregado del periodista.

"5.- Sobre el material científico entregado, el periodista podrá aclarar los términos de difícil interpretación para que el trabajo sea más fácil de comprender.

"6.- No deformar la noticia abultándola con sensacionalismos que tergiversen la realidad y puedan crear falsas esperanzas.

"7.- Acompañar la información, si es posible, con el juicio que le merece esa noticia a varios colegas destacados en la -



especialidad ,hacerlo respetando las opiniones personales escribiéndolas entre comillas.

"8.- Cuando la noticia proviene de un teletipo desde el extranjero poner suma atención en los conceptos que pertenecen al investigador y los que ha agregado el periodista. En no pocas oportunidades ,la noticia de origen va siendo deformada con cierto ingrediente de espectacularidad a medida que va pasando por distintos medios de comunicación.

"9.-Tratar de indagar el curriculum vitae del científico que hace el anuncio y destacarlo si no reúne condiciones de seriedad o agregárselo junto con la noticia para que el lector lo valore.

"10.- Tratar de conocer la calidad del instituto, laboratorio o centro científico desde donde se ha lanzado la información. Detenerse en observar si detrás de la noticia, o entre líneas no se esconde alguna promoción disimulada hábilmente.

"11.- Detenerse en observar si no existe el evidente propósito de difundir experimentos en gestación para lograr subsidios , donaciones o mayores asignaciones.

"12.-Detenerse en observar si la noticia encierra en realidad un adelanto científico o es algo conocido ya, presentado bajo otra forma.

"13.- No dar nunca nombres de productos, fármacos ,drogas, medicamentos con que puede beneficiarse un laboratorio comercial.

Dar exclusivamente la fórmula química o el nombre científico. No hacerlo así permitiría al lector sospechar que se le está indicando un producto para tratar una enfermedad con complicidad del diario y del periodista, siendo o no efectiva su acción sobre el organismo.

"14.- El periodista científico deberá colocarse más que cualquier otro periodista en el papel del lector, para conocer qué efecto puede producirle esa noticia. Más aún, en el lector de mediana o baja cultura que no posee la capacidad de discernimiento rápido y claro para saber lo que pueda haber de exacto o inexacto en una información de tal naturaleza.

"15.- Con todo lo atractivo que pueda ser un título para un trabajo de divulgación científica, no debe ser exagerado ni encerrar conceptos que no trae la información. Si bien, todos reconocemos que el título es el escaparate de un negocio, puede decidir por su presentación a que un comprador potencial entre en el local para la adquisición de algo que le ha agradado.

"Pero dentro de la tienda, si la calidad no es la misma, sufrirá un desengaño y es posible que jamás entrará a comprar en el mismo comercio.

"Lo mismo puede ocurrir al periodista científico, si al lector se le tergiversa, se le deforma o se le asegura en el título lo que no está totalmente aprobado y así surge el texto, el periodista, sobre todo si firma, se desacreditará.

"Si no firma, el descrédito será para el diario. Ello, sin dejar de comprender, que en no pocos diarios, los periodistas

no son los titulares. Y sin tampoco dejar de aceptar que los títulos del periodista son sugeridos o cambiados por necesidad de adecuarlos al espacio asignado.

"16.-La objetividad debe ser norma primigenia para este tipo de informaciones más que para cualquier otro. Descartar todo aquello que resulta sospechoso o no comprensible. No reproducir aquello que a juicio sereno del periodista no resulte de la realidad del hecho.

"Tratar por ello, si es posible, que el investigador, si es del mismo país, demuestre cómo ha llegado al proceso que anuncia. Continuamente se lanzan al mercado drogas en experimentación donde los efectos nocivos secundarios, son más que las acciones positivas que presenta. Y, muchas veces ocurre, que cuando se da la noticia, se anuncian ampulosamente éstas y se olvidan de aquéllas, provocándose un daño internacional a los lectores."

EDUARDO "EL GUERO" TELLEZ  
50 AÑOS PERIODISTA POLICIACO.-

Nacido el 26 de marzo de 1908 en Yautepec, Morelos, "El Guero" Téllez perteneció a la Asociación Católica de la Juventud Mexicana (ACJM) y debido a sus ideales y por considerar -- que en un país democrático debe existir libertad religiosa, participó en la Revolución Cristera según narra el propio Téllez en el libro "Reportero de Policía, El Guero Téllez" de José - Ramón Garmabella. (17)

Añade "El Guero" que " lo que más me molesta en la vida es la mentira, pues la sinceridad debe anteponerse a cualquier cosa, por eso no soporto a un periodista mentiroso, aunque escriba muy bien.

"Admiro aquel que escribe su verdad en forma honesta, así vaya contra mis convicciones; pero si alguien escribe en un periódico por dinero mal habido o algún otro interés bastardo, -- simplemente lo detesto.

"Si hablamos de los distintos tipos de delincuentes a quienes he tratado durante mi carrera, diré que tengo verdadera aberración por el traficante de enervantes y el secuestrador; al primero porque le causa un daño enorme e irreparable a la juventud, y al segundo debido a que obra sin arriesgar nada.

"El ratero en cambio me produce misericordia pues casi, . -

siempre es un enfermo o tiene hambre. El asesino también me provoca lástima, ya que actúa en un momento de excitación, aunque haya cometido el crimen más brutal."

Por cierto el periodismo requiere vocación para ser un profesional de la comunicación social, sobre ello Eduardo "El Guero" Téllez considera lo siguiente .(18)

"A partir del momento en que escribí mi primera crónica policiaca, encontré mi verdadero camino dentro del periodismo, ya que no sólo me daba la oportunidad de lucirme ,sino también de investigar y desarrollarme en el campo periodístico.pues repito, esa era la senda adecuada para poderme realizar, como periodista. Como cronista deportivo sólo hubiera sido uno más.

"Cuando tomé el camino de la investigación policiaca, me vi en la necesidad de aprender aunque sólo fueran nociones elementales de medicina legal, derecho penal e investigación y criminología, porque pensé que un reportero de policía que llegara a una delegación o a un anfiteatro y no entendiera el lenguaje de una acta o el dictamen de una autopsia, estaría sencillamente arruinado y nunca podría escribir una buena crónica.

"Del mismo modo, sería casi imposible que efectuara una buena entrevista a un delincuente y lograra informar a los lectores sobre los móviles que había tenido ese hombre para cometer su delito ."

Sobre el perfil moral de un reportero policiaco Eduardo "El Guaro" Téllez declara lo siguiente: (19)

"El periodismo en 1930 era más bohemio y al periodista se le quería y respetaba porque tenía un gran sentido de la decencia y la honestidad y era incapaz, por lo tanto, de recibir cinco centavos de nadie.

"En aquellos años, ni siquiera se hablaba del "embute" y uno aparte del mísero sueldo que le pagaban, se conformaba con la satisfacción enorme de ver su nombre escrito con letras de molde en el periódico.

"Hoy cincuenta y dos años de distancia y después de medio siglo de haber abrazado la profesión, creo que los conceptos que entonces se tenían siguen siendo válidos, porque periodista es el que vive de ello. Para que una persona se considere profesional del periodismo debe ser honesta, culta y debe estar dispuesta a decir la verdad.

"El periodista es una persona que no debe tener reloj ni hora de entrada o salida, del mismo modo que el reportero tiene que ir a buscar la noticia; no lograrla en la oficina de prensa o a través de un compañero.

"Asimismo el periodista debe ser profesional, de tal suerte que no le interese el dinero que le vayan a pagar, sino el triunfo de informar la verdad a sus lectores y si está de por

medio la patria, defenderla con pasión. Porque debe ser hermoso que a uno lo fusilen o lo asesinen por escribir algo al servicio de su país.

"Si un hombre no tiene los conceptos que he señalado, no es profesional, sino es un señor que se ha metido al periodismo para ganar dinero como uno de tantos modus vivendi que existen. Por ello cuando alguien sostiene que cualquiera puede dedicarse al periodismo, le replico enérgicamente que no es cierto, puesto que para dedicarse a él, deben tenerse muchas cualidades y si no se cuenta con ellas, pues simplemente no se es periodista. Así de fácil.

"Es que si un individuo se mete de reportero para ver cuán to gana, o a redactor para recibir el consabido "sobre" de la oficina de prensa de alguna secretaría, ese hombre nunca será un periodista, sino un bandolero del periodismo.

"De ahí que el verdadero periodista deberá tener siempre presente el ejemplo de Don Francisco Zarco, que cuando murió, después de una larga y brillante trayectoria, fue necesario — que sus familiares hicieran una colecta pública para sepultarlo.

"Ahora bien, antes de escribir algo, el periodista debe preguntarse si su escrito va a lesionar a su patria y, en caso afirmativo, abstenerse de hacerlo.

"Pero si escribe, debe hacerlo con la verdad, sin importar

le las presiones que tenga a los lados ni las consecuencias que le pueda acarrear. Admito que se pueda estar equivocado en lo que se escriba, a condición de ser valiente y honesto. Pero es del todo inadmisible que un periodista haya escrito algo por el hecho de ganar unos cuantos centavos al margen del sueldo del periódico, o por proteger determinados intereses.

"Diré que en 1930 sólo La Prensa, El Universal, El Nacional y Excelsior podían ser considerados como grandes diarios debido a la cantidad de ejemplares que salían de sus talleres. Si bien en la ciudad de México había otros periódicos con una circulación reducida.

"En aquel entonces, no había oficinas de prensa y era necesario ir a buscar la noticia a través de la audacia, el ingenio o las amistades. Por aquellos años, los reporteros de policía estaban unidos como un solo hombre y no permitían que ningún novato entrara a su círculo, de tal suerte que de acuerdo con ellos la Jefatura de Policía no le daba noticias a los recién iniciados, y en consecuencia, teníamos que sacar las noticias a fuerza, siendo así como tuve que agudizar mi ingenio para lograrlas.

"Unas veces permanecía afuera de los separos de la policía, otras, me iba al anfiteatro del Hospital Juárez para ver quien había muerto, las causas del deceso, etc., A veces no lograba mis propósitos y optaba por quedarme observando afuera



de la delegación y seguir a prudente distancia a los policías cuando se trasladaban al lugar de los hechos.

"En 1936, cuando el Ingeniero Félix Fulgencio Palavicini fundó El Día, yo comencé a trabajar allí, como ya lo he relatado. Me dió la mayor lección de periodismo que recibí en mi vida. Ello sucedió una vez que me encontraba en la redacción frente a la máquina y buscaba en vano armar una noticia; luego de observar a distancia cómo me levantaba de la silla a dar vueltas, me pasaba nerviosamente la mano por el pelo, encendía un cigarrillo con la colilla del anterior y sacaba bruscamente las cuartillas del rodillo para furioso, romperlas y tirarlas al cesto, se acercó don Félix diciéndome paternalmente: "Mira guero, platica con la máquina lo que has visto a ver cómo te sale la nota. No trates nunca de emplear palabras rebuscadas...".

"Debo decir que seguí a partir de ese instante su consejo, dándome siempre un gran resultado a la hora de escribir mis crónicas.

"Volviendo a la crónica policiaca, creo que en la actualidad ha perdido mucho de su sabor y riqueza informativa debido a varias causas:

"Primero, debido a que los directores de periódicos consideran que la plana policial no debe existir en razón de que no tiene muchos lectores, lo cual es absolutamente falso.

"Segundo, por una campaña que existe de la Secretaría de

Educación Pública, en el sentido de que la publicación de delitos causa ejemplo para los futuros delincuentes; esto tampoco es cierto, porque si se hace una crónica bien hecha y con apego a la verdad, nunca constituirá una emulación para un posible infractor de la ley.

"Y tercero, porque el reportero de policía ya no investiga los detalles de los hechos, sino que se concreta a ir a la oficina de prensa a recoger el boletín (el cual contiene la noticia que le conviene proporcionar a la policía) y a publicarlo de una manera escueta en el periódico donde escribe.

"Por ello, considero que este estado de cosas significa un retroceso pues el reportero de policía, hasta hace unos años, era un acicate para los investigadores y al mismo tiempo una presión, porque la crónica servía para que las autoridades se preocuparan en llegar al total esclarecimiento de los actos delictuosos.

"El hecho de que la crónica policiaca se haya convertido en un simple boletín de prensa es una de las causas por las cuales quedan hoy en día tantos delitos impunes...".

FRANCISCO BERMEOSOLO  
PERIODISTA INVESTIGADOR.-

Ocurren casos reales en comunicación social que sorprenden por sus consecuencias internacionales, estas realidades - pueden presentarse en forma destructiva e inmoral, cuando se ignoran y por tanto violan los principios de la ética periodística.

Un caso particular es el de William Randolph Hearst, creador principal del sensacionalismo o periodismo amarillo: podría Hearst justificar su actitud argumentando que en su época aún no se preparaba ninguna deontología periodística, aún cuando ya se había iniciado la filosofía moral propuesta por la Iglesia católica para el comunicador social desde 1831.

Para hablar sobre el periodismo sensacionalista o amarillista, como una actitud inmoral por parte de quien la ejerce, es útil considerar, el tema de tesis profesional "Origen del periodismo amarillo", libro de Francisco Bermeosolo, periodista investigador, cuyas averiguaciones sitúan a William Randolph Hearst como el padre del sensacionalismo o amarillismo periodístico. (20)

Bermeosolo en 1956, fué simultáneamente corresponsal adjunto del Wall Street Journal, de las revistas Time y Life, y colaborador de United Press International (UPI).

Se justifica hablar del antiperiodismo de Hearst porque nó

está permitido a nosotros los comunicadores sociales, ignorar o pisotear: el secreto profesional, la privacidad, la exactitud, veracidad, correspondencia con los hechos, corrección de información falsa o inexacta; no está permitido para un comunicador profesional dejar a un lado la integridad por aceptar sobornos, etc., ni olvidar la justicia para con el público y los colegas, debemos ser imparciales, tener libre acceso a las fuentes de información, y permitir al público el derecho básico a réplica si cualquier información equivocada se difunde.

Exactamente según demuestra Bermeosolo en su libro "El Origen del Periodismo Amarillo", William Randolph Hearst basado en su poder económico y político, violó la mayoría de las normas o principios morales universales del periodismo, y las cuales son similares a las incluidas en más de 50 Códigos de Ética - Periodística de igual cantidad de naciones del mundo.

La investigación de Francisco Bermeosolo sitúa a Hearst como el "Modelo del Antiperiodismo, que aún sigue hoy inspirando a la prensa amarilla de muchos lugares del mundo", los argumentos en contra del periodismo inmoral ejercido por Willie Hearst son los que siguen:

"1.- Practicó un sensacionalismo morboso;

"2.- Su falta de escrúpulos en el terreno editorial le convirtieron en el modelo que inspiró toda la prensa amarilla

norteamericana y aún la prensa sensacionalista de todo el mundo:

"3.-Para otros,Hearst,no era más que un egoísta especulador sin moral y sin principios,cuya sola permanencia en el mundo constituía una amenaza para la sociedad;

"4.-Defensor a ultranza del periodismo amarillo del que fue uno de sus principales creadores;

"5.- Provocó la guerra de los Estados Unidos contra España;convirtiendo en demostración circense su honorable profesión,fue fundador,director y propietario del mayor espectáculo periodístico del mundo:

"6.-Sin experiencia a los veinticuatro años,Willie Hearst tomó la dirección del periódico Examiner de San Francisco ;

"7.- Aplicando una técnica que después le crearía muchas (dificultades ) enemistades entre sus"colegas",la primera labor de Hearst al frente del Examiner de San Francisco,California, fué la de formar un equipo de eficaces colaboradores.que previamente seleccionaba de la plantilla de otros periódicos ofreciéndoles sueldos fabulosos en la nómina de su diario,pagándoles el sueldo que ellos pedían atraído firmas prestigiosas.

"8.- La clase de periodismo que Hearst y sus muchachos practicaban estaba encaminada únicamente a satisfacer el instinto o apetito de sus lectores;

"9.-El "interés humano"cultivado por los redactores del

Examiner en sus tristemente famosos artículos "de amor y de odio" desplazaba a páginas interiores y lugares perdidos las noticias realmente importantes, para dar paso a detallados relatos de toda clase de delitos que muchas veces no habían sido cometidos más que en la imaginación del redactor;

"10.-Sin ninguna otra exigencia en el terreno moral o ideológico, a Hearst le interesaban únicamente plumas que atrajesen lectores a sus periódicos."

Si consultamos cualquiera de los 50 códigos de ética periodística, que hay en el mundo, advertimos evidentemente que William Randolph Hearst es un modelo del antiperiodismo; un sólo hecho bastaría para demostrar lo inmoral y destructivo que resulta violar cualquiera de las normas deontológicas de comunicación social, en particular aquella de "promover la paz y amistad internacional."

Un principio moral universal es "el deber de quienes describen y comentan sucesos relativos a un país extranjero, de adquirir los conocimientos necesarios con exactitud y justicia al respecto."

William Randolph Hearst violó una norma ética fundamental de comunicación social, por intereses casi inexplicables y más bien económicos que de beneficio común, Hearst tergiversó información relativa al hundimiento del buque acorazado Maine, supuestamente anclado en La Habana, Cuba, y hundido por

los españoles, como no se demostró posteriormente, y lo cual provocó un conflicto bélico entre Estados Unidos y España.

Es prudente conocer las opiniones del periodista investigador Francisco Bermeosolo autor de la obra "Origen del Periodismo Amarillo", para apreciar la grave responsabilidad moral del comunicador social, y lo delicado y peligroso que es ignorar o violar cualquiera de las normas éticas fundamentales del periodismo y de la comunicación colectiva.

ANTONIO ALCOBA  
PERIODISTA DEPORTIVO.-

Para abordar el tema de la ética del periodista deportivo consideraremos el libro "El Periodismo Deportivo en la Sociedad Moderna", del periodista español Antonio Alcoba, egresado de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. (21)

Antonio Alcoba cuenta con experiencia como redactor del Diario Deportivo "As", como representante de la Agrupación Provincial de Periodistas Deportivos en el Consejo Provincial de Deportes, y, Vice-presidente de la Asociación Nacional de Informadores Gráficos de Prensa de España.

Ante la carencia de bibliografía sobre periodismo deportivo, a cargo de autores mexicanos, nos vemos obligados a tratar el tema de la ética del periodista deportivo, a partir de la obra de Alcoba, única en su género hasta hoy, pues en las librerías de Guadalajara y México, D.F., no se encontró otro libro semejante en contenido y temática. Considerando también que Antonio Alcoba ha realizado su labor informativa en los Juegos Olímpicos de Munich y Montreal; en las Universiadas de Turín, Moscú y México, así como en campeonatos mundiales y continentales de las más diversas modalidades deportivas.



En sus inicios ,el periodismo deportivo mundial, fue practicado por los mismos deportistas, y aún cuando hoy muchos cronistas deportivos, sean ex-jugadores o deportistas, la responsabilidad de la información compete a especialistas del tema, a quienes se presiona para dar a conocer información manipulada proveniente de muchas fuentes y que promueven un falso periodismo deportivo, por lo que es conveniente que el comunicador social esté consciente de la misión de informador imparcial y de que puede educar deportivamente a su audiencia.

En palabras del propio Alcoba "Debemos tener presente el margen de fiabilidad otorgado por el público al periodista y cuando éste, por informaciones manipuladas las cuales llegan al conocimiento del lector, radioescucha o televidente ha intentado equivocarse a quienes le seguían, se acaba la fé en el periodista e incluso en el medio, al haber jugado con la confianza en él depositada."

La grave responsabilidad del periodista, como ya se ha afirmado , es tal que se le sitúa en el área de responsabilidad del maestro o del sacerdote, pues las audiencias respectivas esperan de él un criterio realista y eficiente a través del cual promocionarse.

Como en cualquier otro trabajo profesional de comunicación social el área deportiva obliga al periodista a una preparación efectiva del comunicador deportivo, lo conduce a cumplir con objetividad su trabajo, bajo unas condiciones de tiempo y

espacio por él no previstas.

"La responsabilidad del periodista no está en defender o atacar a uno u otro equipo o jugadores, sino en reflejar con sinceridad y conocimiento de causa, cuanto se produjo en el terreno de juego", advierte Antonio Alcoba, y agrega, es inmoral escribir crónicas que destilan pestilencia por su tremendismo, reflejo de una mala formación periodística.

"No se hace un bien a esas aficiones por descubrirles - posibles hechos reales, pero deformados en un intento desesperado por convencer a las mismas de haber sido derrotadas no por el buen quehacer de los contrarios, sino por otras razones ajenas al deporte en sí."

Una apreciación moral sobre el particular, es que si los periodistas deportivos señalaran con exactitud los errores de los equipos y deportistas y además de dirigentes y técnicos, los aficionados podrían tener la oportunidad de solicitar a los responsables que se corrigieran los males que afectan a sus equipos.

Es responsabilidad moral del periodista deportivo juzgar con imparcialidad y sinceridad cuanto sucede en las competencias. En opinión de Antonio Alcoba "el periodista deportivo ha de ser evidentemente hombre de principios sanos. Ideas claras que broten de un apasionado amor por la verdad. Es un hombre--

que da públicamente fe de los sucesos que ha presenciado. La tergiversación de la verdad cobra en él dramatismo especial. Su apasionamiento puede ser causa de grandes daños.

"Nadie puede evitar pensar en la existencia de dos tipos de periodistas deportivos; aquellos que por encima de las vanidades y deseos de cuantos tienen intereses en un tema deportivo, anteponen su verdad, la dada por un cúmulo de conocimientos y años de experiencia, sobre lo presenciado. Y aquellos que caen en el tremendo error de satisfacer vanidades y deseos de los interesados, buscando quién sabe qué tipo de satisfacciones de Clubs, Federaciones, Deportistas, Dirigentes o Técnicos."

El sensacionalismo o la búsqueda de "impacto" noticioso provoca en el público comentarios dispares, objetivo inmoral perseguido por muchos periodistas deportivos.

"Indudablemente resulta más sensacionalista descubrir violencia, publicarla, estimular rivalidades de grupos, locales, regionales, valorar exclusivamente los resultados, incitar al triumfo por el triunfo, aunque éste sea conseguido de cualquier manera.

"Por ello la responsabilidad del periodista deportivo, en cuanto a la información, produce efectos negativos si la profesionalidad del mismo no está respaldada de un sentido de seriedad en todo aquello que debe relatar a su público." Apunta Alcoba.

"Por otra parte ,la responsabilidad moral del periodista deportivo es similar a la de la empresa o medio de comunicación social para el que trabaja,y aunque existan algunas diferencias porque en ocasiones la empresa tiene un interés mercantil o de venta,el reportero de deportes debe ser consciente de su responsabilidad para con la sociedad y siempre que pueda debe serlo siempre-, no debe atender a otras manifestaciones que las comprendidas en el código de ética de su profesión."

Antonio Alcoba estima que "no por mantener un estado de ansiedad en la lectura de informaciones sobre un determinado deporte,puede desatender a los demás.El deporte ya ofrece suficientes motivos de interés si se sabe tratar,como para no tener que embarcarse en singularidades retorcidas.La cultura deportiva de la sociedad no puede supeditarse a unos conceptos egoístas tan simples,ni hacer del deporte el monopolio de uno determinado.

"Pero está claro que cuanto intente hacer en este sentido el periodista deportivo, e incluso las empresas periodísticas , debe estar acompañado de una disposición positiva por parte de otros organismos de la Administración,pues a ellos,en mayor medida corresponde la implantación de la cultura, y en este caso de la cultura deportiva."

"Una obligación del comunicador deportivo competente,es

demostrar en sus comentarios, los fracasos de personas, organizaciones, clubes, aun cuando siempre traen como consecuencia in comprensiones, si se denuncian los factores por los cuales los deportistas, técnicos o dirigentes no logran elevar el nivel de un deporte.

"La moral del reportero de deportes se manifiesta por su objetividad informativa, es frenada en ocasiones por presiones económicas y políticas, y con más incidencia por la coacción del estado o Gobierno.

"En estas condiciones es muy difícil que el periodista de portivo ,pueda desarrollar una labor educadora e informativa, al ponerse trabas a su misión y ponérsele obstáculos a su derecho de obtener una información veraz." (22)

"La información ,bajo presiones, supone el oscurecimiento de la realidad y el hacer sitio a una verdad a medias con la cual se puede satisfacer el deseo de información sin la obligatoriedad de reflejar en esta, cuanto puede conducir a postu ras comprometedoras para las fuentes. El monopolio de la in-- formación existe en todos los países y en todas las ramas de la comunicación, no iba a ser ,por tanto, la excepción la infor mación deportiva.

"Los fracasos, los escándalos ,los errores deportivos pue den ser paliados si la fuente dispone de unos canales por los cuales transmitir su verdad y hacer que esa verdad sea difun dida como la única existente .

"Hay entonces, dos verdades, la oficial y la real", enfatiza Antonio Alcoba. "Para difundir la verdad oficial se preparan ciertas distinciones entre los informadores, una para aquellos adictos a la información oficial bien para trabajar para ella o por conseguir de ella y de quienes la necesitan propagar, unos beneficios, casi siempre materiales.

Otro para los poco versados en el tema, y que son presas fáciles del engaño, máxime si este viene detrás de una atención y unas palabras y argumentaciones aparentemente justificadas y de las que esos periodistas no podrán extraer conclusiones al no estar en el fondo de la cuestión.

Por último-considera Antonio Alcoba-"la verdad oficial debe luchar enconadamente con los periodistas auténticos, conocedores de sus miserias y de su gestión, y a los cuales no es posible engañar ni sobornar. A tales periodistas sólo puede enfrentárseles la "verdad" oficial desde el único y exclusivo ángulo, eliminándoles de sus puestos en los medios de comunicación social."

¿Cómo puede el periodista obtener la verdad objetiva?

El comunicador social moralmente responsable de su quehacer logra conocer más objetivamente la verdad, estableciendo contacto directo con las fuentes implicadas en ella: en periodismo deportivo con jugadores o deportistas, técnicos o entrenadores, y dirigentes.

Como normativa moral en el campo general del periodismo

y en particular para el deporte, el reportero debe procurar obtener declaraciones de cada una de estas tres categorías de fuentes informativas, a fin de lograr la mayor objetividad en su trabajo: deportistas, técnicos y dirigentes.

Sin duda, que la rentabilidad de las conversaciones efectuadas son valiosas, siempre que en esta relación periodista-fuentes, el comunicador deportivo no se prostituya o se preste a corrupciones, y termine por atenerse a las limitaciones por presiones a causa de las atenciones recibidas.

Explica Alcoba que para los periodistas, cierto tipo de invitaciones no influye en su honorabilidad, pues ellos se deben sujetar al medio y marchar a donde se les envía, sin que les afecte en nada algunas invitaciones para el desarrollo de su labor informativa.

"Algunos profesionales del periodismo juegan a dos barajas, la de la ética de su misión informadora y la del servilismo a las fuentes de información. Naturalmente tal dualidad se descubre con prontitud, pues, es imposible servir a Dios y al demonio al mismo tiempo. En esos casos el demonio logra vencer y el receptor de la información no obtiene la veracidad informativa requerida, perjudicándosele al no defender sus derechos a conseguir una información clara y limpia, debido a las trampas del juego realizadas por determinados informadores deportivos."

Por otra parte ,la mayoría ,o casi la mayor parte de los periodistas han sufrido la mordaza o censura de sus artículos o comentarios, sin embargo esa frustración es mayor si la verdad objetiva,es manejada o manipulada ,tornándose en falsedad con el negativo propósito de defender intereses individuales.

Antonio Alcoba indica que"si esta acción es ya de por sí denigrante,hay una categoría superior al ser realizada la manipulación por periodistas profesionales,quienes se deben subordinar a un código de ética"; y se llega al grado máximo de la inmoralidad ,cuando esa manipulación informativa la realizan profesionales de la comunicación social a sus propios colegas, no ya de profesión, sino de medio y de empresa.

Una recomendación para no perder de vista la importancia de la fortaleza moral de los periodistas deportivos es la señalada por Alcoba "el periodista deportivo debe,por tanto,armarse de santa paciencia cuando conoce las limitaciones que sus informaciones van a tener en el medio para el cual presta sus servicios.

"Procurará con ingenio y hasta con astucia,introducir sus ideas y las informaciones que posee, pero contrarias a las de sus superiores,-superiores en cargo,no es conocimientos y,por supuesto en profesionalidad-por medio de frases o palabras integradas dentro de sus comentarios,aparentemente insulsos,pero



que serán recibidos por seguidores de cada deporte, como demostración de desconformidad con los métodos represivos de las ideas y de la información. Es penoso tener que hablar de esta situación, pero es real y no puede ocultarse."

En ocasiones la conciencia de envilecimiento moral provoca en el reportero deportivo una "mala conciencia" que resuelve con un cinismo moral. "Yo vivo" es un argumento común en periodistas que comprenden el papel de criada servil que les ha asignado la sociedad moderna y aceptan que el papel de criada --respondona les pondría en la calle.

"No es fácil la tarea del periodista deportivo si éste decide marchar por un camino recto. Las dificultades se acumulan para obligarle a retroceder o hacerle desfallecer ante su insistencia en proseguir por el camino fijado en su deseo de buscar la verdad.

"pese a ese cúmulo de presiones todavía existen periodistas deportivos empeñados en hacer resplandecer la verdad real sobre la oficial, aunque muchos disgustos morales y físicos, les cueste."

Los obstáculos aparecen y se originan en muchas partes -- contra el periodista y sólo pueden superarse por la vocación y el sacrificio.

"Quizás sea ese el único premio que nadie puede arrebatarse a los periodistas deportivos y que, a su vez, provoca el estímulo

lo para mantenerse en su postura de dignidad, tan poco comprendida incluso por quienes debieran fomentarla"termina Antonio Alcoba.

GUILLERMO CAMACHO SUBDIRECTOR  
GENERAL DE NOTISISTEMA.-

Notisistema es una agencia informativa mexicana cuyo centro de operaciones se ubica en la ciudad de Guadalajara, Jalisco, esta es una empresa de noticieros radiofónicos constituida hoy por 82 personas, cada una de las cuales, para ser aceptadas como empleados en Notisistema, debieron cumplir con el requisito ineludible de tener una carrera universitaria, además de conocer y apearse a la Ley Federal de Radio y Televisión en su ejercicio profesional.

Lo anterior fue destacado por el Lic. Guillermo Camacho, Subdirector general de Notisistema, quien añadió que ante la responsabilidad de quienes integran esta empresa que difunde sus noticieros a 46 radiodifusoras nacionales e internacionales, provee a cada uno de sus elementos de un Manual que establece las directrices éticas, jurídicas y técnicas, a fin de cumplir consciente y libremente con su trabajo.

"Desde el punto de vista legal las normas establecidas en la Ley Federal de Radio y Televisión son suficientes pues contienen todas las obligaciones para los concesionarios de los medios de comunicación social, radio y televisión.

"El código de ética depende de cada medio de comunicación, y no es necesario que sea establecido por el Estado o Gobierno, sino que debe ser diseñado por cada medio, atendiendo a sus cri-

terios y características", estima el Subdirector general de Notisistema. Las normas de conducta de esta agencia noticiosa están contenidas en el Manual de Trabajo que hacen del conocimiento del personal para su cumplimiento, y de las cuales formulamos el siguiente resumen:

\*1.-En la medida en que indebidamente actuemos como ciudadanos con fuero, o reclamemos derechos por encima de los demás, perderemos objetividad, sentido común y autoridad moral. 2.-La confidencialidad de una fuente no debe hacernos caer en la complacencia con alguien que pretenda usarnos para difundir algo que sirva a sus intereses. 3.-Si evidentemente una información es falsa o tendenciosa, difundirla sería tanto como avalar la mentira. 4.- El sentir de Notisistema es que la mejor imagen, la mejor recomendación, y el respeto deseado, se obtendrá en la medida en que las producciones de Notisistema sean mejores.

"5.-Los regalos que vayan más allá del presente simbólico característico de la Navidad; las canongías, dádivas económicas, complementos salariales, etc., están totalmente prohibidos en Notisistema. 6.-Notisistema se reserva el derecho de terminar la relación de trabajo con personas que actúen de manera contraria a lo establecido en este manual de trabajo. 7.- Algunas de las principales características de la redacción radiofónica -

son: el sentido común, el buen juicio, la corrección gramatical, la sencillez, la brevedad y la limpieza.

"8.-Notisistema contrata profesionales del periodismo. Un conocimiento profundo de la gramática, de la redacción y de las diversas técnicas del periodismo se dan por un hecho. Si te sientes débil en alguno de estos puntos es tu obligación profesional tratar de superarlos en lo personal o a través de los programas de capacitación ofrecidos por la empresa.

"9.-Es responsabilidad social del reportero, hacer noticias, es decir relatar situaciones y procesos sociales que por circunstancias especiales se convierten en información que se publica en información que se publica, mientras otras informaciones son ignoradas y desechadas.

"10.-La noticia debe ser verídica, si no es verdad el hecho que se relata, simplemente pierde toda posibilidad de ser considerada como noticia. 11.-La noticia debe ser objetiva. La noticia es la información de un suceso tal como este ocurrió. La labor del reportero es presentar toda la evidencia necesaria, tanto en un sentido como en el otro, para que el público haga el juicio. Los adjetivos calificativos en la mayoría de los casos implican juicios, y por lo tanto debemos evitarlos. 12.-La noticia ha de ser equilibrada y honesta. 13.-La noticia debe ser exacta. Cada afirmación contenida en una crónica, cada nombre y fecha, edad y cita, cada palabra o frase debe ser la expresión verifi--

cable e inequívoca de un hecho. Una crónica cabalmente exacta-la que da la significación exacta de la noticia-debe tener equilibrio y objetividad además de exactitud al consignar las circunstancias del hecho.

"14.-Para ser leal con el público la noticia debe ser equilibrada ;el equilibrio es cuestión de énfasis e integridad. El cronista que relata con exactitud las jugadas en un partido de futbol, será desequilibrado si lo hace sobre las jugadas de uno de los equipos -exclusivamente-.

"Cubrir el suceso por completo no significa dar cuenta de todos los pormenores, hasta el más insignificante ;significa seleccionar y ordenar los hechos de manera que exhiban un conjunto equilibrado de la situación.

"15.- Cuando se presenta información acerca de un conflicto en el que interviene más de una parte, se debe transmitir la versión de todos los afectados, en el mismo noticiero ."

Ahora bien respecto a los límites constitucionales de la información , el Lic. Guillermo Camacho señaló , las consideraciones previas, y en que consisten respectivamente los delitos de calumnia, difamación, injurias, ataques a la vida privada , y otras consideraciones morales relativas a la comunicación social radiofónica. Enseguida exponemos sus declaraciones .

LIMITES CONSTITUCIONALES DE LA INFORMACIONCONSIDERACIONES PREVIAS.

"La Constitución Mexicana de 1917 adoptó un sistema de limitaciones (indispensables para la convivencia social) que sirven de base para el ejercicio de la libre manifestación del pensamiento, sin que por ello se lastimen los derechos individuales.

"El Presidente de la Suprema Corte de Justicia de México, a fines del siglo pasado, Don Ignacio L. Vallarta, al comentar en uno de sus votos las limitaciones de las garantías mencionadas en la Constitución de 1857 se expresó así:

" La honra, lo mismo que la propiedad, lo mismo que la vida, es un derecho primitivo que todas las leyes deben respetar y si para los publicistas esto es una verdad incontrovertible, para todo hombre de corazón bien formado la honra vale más que la propiedad, que la vida misma.

" La Ley tiene que castigar los delitos contra la reputación y los que se cometen por medio de la prensa, porque son respectivamente más graves por la mayor publicidad que se les da, si no se quiere mantener un elemento de perturbación en la sociedad, si no se quiere que la fuerza y la violencia individuales hagan respetar un derecho que no se puede desconocer ".

" De lo anterior se desprende que las garantías constitucionales tratan de proteger de la manera más amplia, la libertad de expresión y de la prensa, pero no al grado de que, invocando su nombre, se cometan delitos comunes de difamación, calumnias e injurias en perjuicio del honor, reputación e intereses de los miembros de una sociedad.

"El delito de calumnia consiste, de acuerdo con el artículo 356 del Código Penal:

- "1.- En imputar a otro un hecho determinado y calificado como delito por ley, si este hecho es falso, o es inocente la persona a quien se imputa.
- "2.- En presentar denuncias, quejas o acusaciones calumniosas, entendiéndose por tales aquellas en que su autor imputa un delito a persona determinada, sabiendo que ésta es inocente o que áquel no se ha cometido , y
- "3.- En que para hacer que un inocente aparezca como reo de un delito ponga sobre la persona del calumniado, en su casa o en otro lugar adecuado para ese fin, una cosa que pueda dar indicios o presunciones de responsabilidad.

"La difamación consiste, de acuerdo con el artículo 350 del Código Penal:

- "En comunicar dolosamente a una o más personas, la imputación que se hace a otra persona física, o persona moral, en los casos previstos por la ley, de un hecho cierto o falso, determinado o indeterminado, que puede causarle deshonra, descrédito, perjuicio, o exponerlo al desprecio de alguien.

"La injuria y la calumnia, al manifestarse por medio de publicaciones, se convierten en difamación. Estos delitos tienen muchas ligas entre sí y en general son especies de un mismo género.

"La Constitución Mexicana, en su artículo séptimo indica que la libertad de publicar cualquier pensamiento, debe quedar sujeta a la restricción que impide los ataques a la vida privada.



"De acuerdo con el artículo primero de la Ley de Imprenta de 1917, reglamentaria de los artículos 6o. y 7o. constitucionales, son ataques a la vida privada:

- "1.- Toda manifestación o expresión maliciosa hecha verbalmente o por señales, en presencia de uno o más personas, por medio de manuscritos o de la imprenta, del dibujo, litografía, fotografía o de cualquier otra manera, que expuesta o circulando en público, transmitida por correo, telégrafo, teléfono, radio, telegrafía, o por mensaje o de cualquier otro modo, exponga a una persona al odio, desprecio o ridículo, o pueda causarle demérito en su reputación o en sus intereses.
  - "2.- Toda manifestación o expresión maliciosa hecha en los términos y por cualquiera de los medios indicados en la fracción anterior, contra la memoria de un difunto, con la intención o el propósito de lastimar el honor o la pública estimación de los herederos o descendientes de aquél, que aún vive.
  - "3.- Todo informe, reportazgo o relación de las audiencias de los jurados o tribunales en asuntos civiles o penales, cuando refieren hechos falsos o se alteren los verdaderos con el propósito de causar daño a una persona.
  - "4.- Cuando con una publicación prohibida expresamente por la ley, se compromete la dignidad o estimación de una persona, exponiéndola al odio, desprecio o ridículo o a sufrir daño en su reputación o en sus intereses ya sean personales o pecuniarios.
- "Con todo lo anterior, se ve la importancia de evaluar muy bien el material que se refiere a aspectos de honra de una persona o institución. Notisistema: va en contra absoluta de la difamación tanto porque la ley lo exige como por convicción propia."

"Para evitar cualquier riesgo de difamación, debemos ser suficientemente cuidadosos con las palabras que en sí mismas implican delito, como fraude, chantaje, narcotraficante, adúltero, bigamo, seducción, criminal, delincuente, corrupto, fascista, etc.

"Hablando de difamación debemos pensar que si la hay, en nada nos salva el hecho de tener parte y contraparte. Si la difamación existe, seremos culpables del delito, pasemos o no la opinión del ofendido."

SR.ROMULO O' FARRILL JR.

PRESIDENTE DE TELEVISA

La influencia de la empresa de comunicación social -  
TELEVISA ,llega a casi 31 millones 151 mil 159 de telehogares  
en la República Mexicana, a través de 177 repetidoras, 78 cen-  
tros emisores,38 plantas de microondas y 61 trasladadores; -  
considerando también 27 estaciones de televisión locales en  
el interior del país, y una regional. Las televisoras locales  
que se encadenan a Televisa ,S.A. para transmitir eventos es-  
peciales suman 65.

Los anteriores son datos reproducidos del libro "Televisa,  
S.A. El Quinto Poder ",de diez autores coordinados por Raúl  
Trejo Delabre .(23),y proporcionados por la Gerencia de Infor-  
mación Comercial de Medios de Provincia ,de la Vicepresidencia  
de Transmisión y Conducción de Señales ,de Televisa,S.A.

Las cifras señaladas son , las actualizadas en noviembre  
de 1983 por la Vicepresidencia de Transmisión y Conducción de  
Señales de Televisa,S.A.,considerando que esta empresa cuenta  
con 7 estaciones radiodifusoras,3 sistemas de cablevisión y  
3 productoras cinematográficas,según estadísticas de 1980 ob-  
tenidas de la Dirección General de Concesiones y Permisos de  
la Secretaría de Comunicaciones y Transportes a cargo del  
Ing.Zeferino Olmsdo,y reproducidas del libro de Trejo Delabre.

Ante la gran influencia de Televisa, S.A., como empresa de comunicación social tiene en la República Mexicana, nos permitimos considerar los principios morales fundamentales a los que tienen que apegarse quienes trabajan en Televisa, mismos que fueron señalados por el Presidente Ejecutivo de esta institución televisiva, Sr. Rómulo O' Farrill.

Sus declaraciones fueron recogidas del periódico Novedades, en su edición del 10 de noviembre de 1984, y del diario Ocho Columnas impreso el 13 de mayo de 1985. Los puntos sobresalientes de la ética de comunicación social que resultan de las intervenciones del Sr. Rómulo O' Farrill Jr. son las siguientes:

"1.- La responsabilidad de la comunicación masiva es extraordinariamente grande;

"2.- Nos esforzamos por hacer diariamente una labor para entretener, divertir, y porque nuestros programas tengan además, un contenido cultural;

"3.- El esfuerzo más grande de la televisión, de la radio y de los periódicos es estar al servicio de todos ustedes;

"4.- La política editorial de nuestras publicaciones está basada en la observancia de un periodismo independiente; profesional, nacionalista, objetivo y veraz;

"5.- Lucharemos todos los días por ser objetivos y veraces, alejados del sensacionalismo o amarillismo, para tener fran

ca entrada a un hogar;

"6.- Procuramos publicar todas las noticias, jerarquizándolas por su contenido intrínseco, y sus encabezados reflejen la síntesis de lo que representan;

"7.- Luchar denodadamente para cooperar con los esfuerzos en bien de la nación, que nos llena de entusiasmo y merece nuestro apoyo;

"8.- Nunca cejaremos en nuestro empeño por superarnos."

Cabe aclarar que las declaraciones del Sr. Rómulo O'Farril Jr. fueron expresadas como directivo del periódico Novedades, Editores, S.A., por lo que toca a la publicación en el Diario Novedades de México; las que hemos tomado del diario Ocho - Columnas de Guadalajara, se refieren a sus palabras como presidente de Televisa y Novedades Editores, S.A.

JUAN DOSAL -CRONISTA  
DEPORTIVO DE TELEVISIA.-

Juan Dosal, primero jugador del Club de Futbol Toluca y desde hace más de 15 años Cronista Deportivo de Televisa, afirma que los lineamientos morales o normas éticas de la comunicación social, "Son el aspecto más importante para mí, porque respetando éstos, creo que son fundamentales para que el público te siga, te tenga fé y tome en cuenta siempre tu labor informativa.

"La objetividad, honestidad, la verdad, la claridad en las noticias hace que el público te siga y crea en tí, porque puedes engañar al auditorio pero una vez que éste se da cuenta de la falsedad y mentira, perderás su respeto, credibilidad, y no te seguirán más.

"Algunos aspectos inmorales que limitan u obstaculizan la labor informativa del periodista son :el alcoholismo, el dinero mal habido, los compromisos económicos, etc.; ante todo hay que ser sinceros, claros, objetivos, honestos, para poder llegar a ocupar un buen sitio, honorable, de gran prestigio y que la gente tenga confianza en todo lo que dices.

"Resulta contra la ética periodística adulterar los hechos, un caso particular-indicó Juan Dosal- yo estuve en Pachuca, Hidalgo cuando ahí sucedieron hechos lamentables entre

el público ,durante uno de los partidos del torneo de futbol de primera división (1985) ; y la verdad es que sólo hubo dos lesionados,no sé porqué algunos medios señalaron que eran 120 los heridos y que habían incendiado las butacas de todo el estadio de la "Bella Airosa" ,si sólo se trataba de algunas butacas y un montón de pasto.

"Sólo que siempre sucede que algún sensacionalista ,amarillista,provocó un ambiente opuesto y pesimista contra la buena imagen de un público de futbol que es tranquilo,como el de Hidalgo."

Nota.- Las palabras de Juan Dosal fueron recogidas durante la presentación de su libro "México 86, El Mundial en Casa" presentado en el Salón de Cabildos del Ayuntamiento de Guadalajara ,el día 21 de mayo de 1986.

EULALIO FERRER PUBLICISTA  
INTERNACIONAL POR MAS DE  
35 AÑOS .-

Por su importancia, es necesario hablar en nuestra tesis, sobre la publicidad, una de las áreas básicas de comunicación social, para lo cual expondremos textualmente las "Vigencias Morales del Publicista y de la Publicidad", a partir del libro de Eulalio Ferrer "El Publicista, Testimonios y Mensajes".

Antes, cabe mencionar que Eulalio Ferrer actuó como Coordinador General del Primer Encuentro Mundial de la Comunicación, efectuado en Acapulco, Guerrero en 1974, al que asistieron entre otras personalidades Marshall Mc.Luhan, Jhon K. Galbraith, Umberto Eco y Wilbur Schramm. Además el Sr. Ferrer ha sido maestro titular, invitado y honorario de distintas Casas de Estudios Superiores de varios países del mundo.

Actuó como presidente del Primer Seminario Internacional de Comunicología (Cocoyoc 1980), en el que intervinieron Henri Lefebvre, Jean Cazenciore, Abraham Moles y Octavio Paz, entre otros comunicadores sociales.

En opinión del publicista Eulalio Ferrer, el sentido moral de la profesión o las vigencias morales del publicista y de la publicidad son las siguientes:

"Lo que debe hacerse, no es siempre lo que puede hacerse.



Y lo que puede hacerse está adscrito a una escala variable de circunstancias de difícil medida. Es la importante sabiduría que va de adaptarse a ellas a imponerse a ellas.

"Se ha dicho que se corrompe ,quien se adapta a una sociedad corrompida.Y esa es una amenaza que pesa sobre nosotros, dentro de lo aleatorio del término.Porque hay que partir de la base que en corrupción se incluye todo género de tiranía y, para mí lo fundamental es hacer de la publicidad una manera de servir a los demás no de hacerla padecer a los demás.

"Es decir,hay que entenderla en su grado de necesidad útil y en su grado de tolerancia.Como un derecho justificado por los apremios que la originan en la vida moderna,pero como un derecho sujeto y regido por las leyes de la ética.

"hablamos de la publicidad como un servicio al público, no como un castigo de él.Que la publicidad respete sus intereses y no los viole, en nombre de ningún otro interés. Ni nos es permitido ningún despotismo propio,ni ser instrumento de ningún despotismo ajeno.

"Entre el anunciante y el publicista,hay un interés superior el del público. Y el público es el que paga la publicidad. Por eso, tiene derecho a irritarse cuando no se le sirve bien o se trata de abusar de él .

"Se equivocan lamentablemente-o nos equivocamos -cuando

se piensa que el objetivo a lograr lo justifica todo. Eso sería precisamente, confundir el medio con el fin. Me parece que ganar es un negocio lícito, si el que más gana es el público.

"Es decir que mostrar o proclamar las excelencias de un producto, por lo que implica de responsabilidad profesional es algo que tiene que hacerse en función directa y básica de los beneficios que el producto proporciona.

"Y esos beneficios, aunque haya anunciantes que lo exijan o publicistas que lo ofrezcan, no pueden ser una creación imaginativa del publicista. Lo que hay en ellos de verdadero, decible, he aquí el tope, el límite a toda exageración.

"Al público no se le puede engañar. Y aunque se pueda, no se le debe engañar. Este es un concepto ético que compromete al publicista, en su nivel profesional, y a la publicidad, como una de las actividades promotoras más decisivas de la vida moderna. Si la publicidad no entiende esta función de servicio a los intereses del público por encima de todos los demás, si no entiende este compromiso de apego a la verdad, en el sentido flexible pero correcto de su trabajo, nos enfrentaremos a un interven-cionismo oficial mayor, cada vez más amplio y rígido.

"Pero no cabe duda en la alternativa: hay que emplear la imaginación, en sus infinitos recursos, para crear impresiones relacionadas con la verdad y no para distorsionar ésta.

"El cambio de nuestros tiempos ,ha ido orientando a la -  
 publicidad hacia un servicio público, en el sentido de su -  
 responsabilidad social,dentro de un desarrollo de caracter so  
cial.Es éste el que la obliga a comprometerse en una línea -  
 concreta que define los propios intereses de la sociedad.Ser  
 fieles a ellos,supone una publicidad concebida no sólo como -  
 técnica,sino como herramienta de servicio social,formando un  
 todo inseparable con la comunidad.

"Al estar comprendidos en los cambios rápidos sociales,  
 nos interesa estar presentes, teniendo conciencia de la publici  
dad,creando nuevas áreas de estímulo en servicio del bienesta  
ra común .

"Una publicidad que dé a conocer todo lo que es útil y  
 conveniente en función de las necesidades humanas y de cuanto  
 produce la tecnología moderna para satisfacerlas y mejorar los  
 niveles generales de vida.

"Es una publicidad que tenemos que hacer cada vez mejor,  
 cuidando las leyes del buen gusto,educando en la información -  
 correcta,encauzando los deseos sin frustrarlos.Cerca de la verda  
d y lejos del engaño. Una publicidad que se desperdicie lo -  
 menos posible y no contribuya a la anarquía del desperdicio.

"Tampoco el consumo es un fin en sí mismo.Es un medio im  
portante para contribuir a una vida mejor ,considerando los -

satisfactores humanos que entran en ella.

"La despersonalización humana es uno de los riesgos que entrafia el progreso social, el mismo riesgo que afronta la publicidad. Pero el ejercicio de la conciencia debe ser una garantía para que ninguna conquista o quehacer del hombre rompa su identidad con lo humano.

"Estamos en contra de la deshumanización, en todos los signos e influencias que la propician. Desde el hedonismo, hasta los que tratan, habiéndolo logrado en parte, que la vida, en lugar de comunidad, sea campamento.

"Desde luego, independientemente de que seamos publicistas o albañiles, pintores o médicos, lo que ante todo tenemos en común con los demás es el vínculo humano. Bien vista, nuestra profesión es la profesión del hombre.

"La publicidad ha nacido del hombre, y el estudio de sus comportamientos y necesidades, es una de las características principales de la publicidad. Esto nos lleva a pensar que la gente no es una suma aritmética de consumidores. Es, sobre todo, una colectividad humana. Y de esa colectividad formamos parte los publicistas." Concluye el Publicista Internacional Eulalio Ferrer.

DON CARLOS PIZANO Y SAUCEDO  
PUBLIRRELACIONISTA MEXICANO  
POR MAS DE 30 AÑOS .-

Para exponer en breve, los aspectos más importantes relativos a la Moral del Profesional de las Relaciones Públicas o Publiirrelacionista, expondremos enseguida las consideraciones de Don Carlos Pizano y Saucedo.

El Sr. Pizano , cuenta con amplia trayectoria en Comunicación Social en México, realizando labores de reportero, redactor, jefe de oficinas de prensa, director de relaciones públicas en instituciones públicas y privadas; actualmente es titular de las oficinas de Relaciones Públicas de la Comisión Federal de Electricidad y de Hoteles Camino Real, en Guadalajara, Jal.

Es miembro Fundador de la Asociación de Profesionales en Relaciones Públicas de Occidente (RELAPO), agrupación encargada de promover el estudio de esta área de la comunicación humana, y su recta aplicación profesional.

Don Carlos Pizano y Saucedo considera que "hemos aceptado que las buenas relaciones públicas empiezan en el propio hogar. En las relaciones humanas que hay o debe haber entre quienes integran una misma familia, y entre diversas personas e instituciones, nosotros debemos estar comprometidos en la búsqueda de soluciones a problemas humanos.

"Es evidente que las relaciones públicas han de latir al parejo de los problemas nacionales; para nosotros las relaciones públicas deben concebirse como integración social en el plano de la justicia, porque si público es humano, relaciones públicas son relaciones entre seres humanos, entre gente, entre pueblo.

"El profesional que ha escogido esta vía de acción no puede ni debe permanecer ajeno a las preocupaciones fundamentales de su pueblo; en la actualidad la sociedad, necesita de muy buenos relacionistas o publirrelacionistas, con una conducta muy vertical, muy honesta y positiva.

"Las relaciones públicas son una verdadera y auténtica profesión, con las mismas características y requerimientos morales, sociales y culturales de otras profesiones; es inmoral el abuso o mal uso de esta disciplina, tanto por parte de quienes al pretender utilizarla le asignan objetivos inadecuados, por parte gente inescrupulosa que ven en las relaciones públicas un campo propicio para el lucro estrictamente personal sin contar con la menor calificación profesional en la materia.

"Es deber del publirrelacionista convertirse en factor importante del cambio social positivo en el mundo contemporáneo por propia conveniencia pero sobre todo por interés social a cuyo servicio se orientan finalmente las relaciones públicas."

Para complementar la exposición del publirrelacionista Don

Carlos Pizano y Saucedo, respecto a la deontología o deberes morales del profesional de las relaciones públicas agregaremos enseguida-textualmente- el Código de Etica del Relacionista, reglamento aprobado en la Asamblea General Ordinaria de RELAPO, celebrada el día 29 de julio de 1985, documento, proporcionado por la Srta. Guadalupe Garibay y por el Sr. Carlos Pizano y Saucedo ,ambos miembros de RELAPO .

Del Código de Etica del Relacionista ,se desprenden las normativas morales a seguir por quienes están asociados en RELAPO, y por aquellos que aunque no lo estan, practican las relaciones públicas profesionalmente .



## CODIGO DE ETICA DEL RELACIONISTA

1. Estimular la realización de las condiciones socio-económicas, morales y culturales que permita al individuo desarrollarse, además de respetar, difundir y procurar la vigencia de la "Declaración Universal de los Derechos del Hombre".
2. Propiciar las condiciones psicológicas e intelectuales del verdadero diálogo y respetar la dignidad de la persona humana, especialmente reconocer en cada individuo su derecho de libre albedrío.
3. Alentar las estructuras y canales de comunicación que propicie la libre información, la buena fé y genuina voluntad para integrar al hombre en la sociedad.
4. Observar un comportamiento positivo en toda ocasión y circunstancia, a manera de merecer y obtener la confianza de aquellos con los cuales se convive.
5. Ser conciente que, por el carácter público de la profesión que el comportamiento, aún privado, tendrá repercusión sobre los juicios emitidos respecto a la profesión en su conjunto.
6. Ser factor determinante de la armonía y la comprensión entre los gobiernos, grupos profesionales, la familia, entre los hombres y la sociedad.
7. Ser fiel a los individuos, actividades y organizaciones gremiales que represente, para que el ejercicio profesional sea auténtico y congruente a las normas y principios morales de la sociedad.
8. Respetar las promesas y compromisos preestablecidos sin confusión; obrar leal y honestamente en toda ocasión a fin de mantener la confianza con las personas e instituciones relacionadas con sus acciones en el pasado y en el presente.
9. Creer en las relaciones públicas como vía de enlace entre los componentes humanos de la nación y las ideas, productos y servicios, tendientes a estimular su desarrollo sobre la base de buena voluntad.
10. Abstenerse de difundir información sin base de hechos comprobados; no utilizar ni permitir el uso de métodos, medios o técnicas de manipulación, tendientes a crear motivaciones inconscientes que, al privar al individuo de su libre albedrío pudieran entorpecer con la responsabilidad de sus actos, y en general, luchar contra los atentados que afecten la moral, la honestidad y la integridad de la persona humana.

### NOTA:

Reglamento aprobado en Asamblea General Ordinaria, celebrada el día 29 de Julio de 1985.



RELAPRO

PROFESIONALES EN  
RELACIONES PUBLICAS DE OCCIDENTE, S. C.

Condominio Guadalajara, Desp. 1608. Piso 16 Tel. 14-75-20.

Zona Postal 44100 Guadalajara, Jal.



CRITERIOS PROFESIONALES DE RECEPTORES DE LA  
COMUNICACION SOCIAL Y RECONOCIDOS LIDERES  
DE OPINION EN MEXICO Y JALISCO.-

Para reafirmar la importancia de la Filosofía Moral o Ética de la Comunicación Social, entrevistamos a 11 reconocidos líderes de opinión de México y del Estado de Jalisco, a quienes consideramos como Destacados Receptores de la Comunicación Colectiva.

Algunos de los Líderes de Opinión entrevistados, representan por ejemplo a miles de obreros, campesinos, patrones, burócratas, padres de familia, maestros, fieles católicos, ciudadanos, etc.,

Sus respuestas como Receptores de la Comunicación y Líderes de Opinión, fueron consideradas en base a dos preguntas básicas, mismas que les fueron hechas en sus lugares de trabajo y en forma personal, y por escrito.

Las dos preguntas realizadas a los 11 líderes de opinión de Jalisco y de México, fueron respectivamente las siguientes, y cuyas respuestas se exponen por separado enseguida.

Pregunta Número Uno.-

1.-¿ Considera usted lógica y benéfica la actitud, de que quienes ejercen profesionalmente la comunicación social (empresarios y asalariados) se comprometan a demostrar que conocen las leyes específicas del medio en que laboran, así como la Constitución del país, y las normas tradicionales de justicia, verdad, libertad, y moralidad ?.

Pregunta Número Dos.-

2.-¿ Considera usted procedente que los profesionales de la comunicación social (empresarios y asalariados) formulen - Códigos de Etica para su ejercicio profesional, o estima usted que son suficientes las normas emanadas de la legislación específica actual ?.

Las respuestas manifestadas por los 11 líderes de opinión o receptores de la comunicación colectiva , fueron las siguientes.

LIC. LUIS VALDEZ ANGUIANO SUBPROCURADOR  
DE JUSTICIA DEL ESTADO DE JALISCO .  
LIDER DE OPINION GUBERNAMENTAL .-

El Lic. Luis Valdez Anguiano Subprocurador de Justicia del Estado de Jalisco ,es un reconocido líder de opinión de Jalisco. Su responsabilidad como segunda persona en importancia en la Procuraduría de Justicia del Estado, es indudable, su puesto de vigilancia en la impartición de la justicia, lo lleva a coordinar y asesorar a cientos de elementos de la policía judicial del estado .

Como responsable de mantener la paz y seguridad, de perseguir delitos, realizar investigaciones , esclarecer crímenes, y otras labores delicadas en la entidad, el Lic. Luis Valdéz Anguiano señaló respecto a la Moral en la Comunicación Social:

"1.-Dado que los comunicadores sociales son personas cuya función principal es establecer-sobre todo medios de intercomunicación- comunicación entre las personas, grupos, sociedades, y además del gobernante para los gobernados; no solamente pueden sino deben conocer las leyes que norman no únicamente la comunicación , sino la misma Constitución política y las leyes que de ella emanan .Por otro lado al referirnos a las normas tradicionales de justicia, libertad, verdad y moralidad, puesto que se trata de conceptos que tienen valor axiológico, filosóficamente los valores están ahí.

"Como decía Heidegger, están ahí para que las personas o los conglomerados sociales los comprendan, analicen y valoren, esto no es privativo de los comunicadores sociales sino de toda la sociedad, de las entidades de carácter público y privado, hablar de justicia, libertad, verdad y moralidad, es hablar de conceptos de naturaleza íntimamente filosófica, y que desde luego se insiste " Están ahí ". Como menciona Heidegger para que nosotros podamos captarlos, o como mencionaba, pueden existir hombres que no conozcan estos valores, o sociedades completas que no quieran conocerlos, pero por eso precisamente - porque no quieren, porque estos tienen como característica fundamental "no su realidad" no son reales, ni son entidades, no son entes, son valentes, tienen entonces una polaridad y están fuera de tiempo y espacio, lo cual significa que como tales debemos aprehenderlos a través, no de una demostración científica como se pueden demostrar las leyes de la ciencia, sino mediante una mostración, es decir los valores se muestran, no son demostrables.

"2.- Con relación a la segunda inquietud, resulta indudable que todo aquel profesional de la comunicación social tenga sus códigos de ética para su ejercicio profesional tal como cualquier profesión aunque realmente el que se da a valer en la comunicación social no es por un código externo, porque ya bien se ha dicho que el hombre vale por lo que es y no por lo

que tiene, en un momento determinado si se hacen necesarios códigos de ética, como los puede haber para los médicos , abogados , ingenieros, etc., dado que la licenciatura en comunicación es una profesión respetada y respetable. Y sus integrantes requieren tener un alto sentido de moralidad para manejar la información que se tiene y lo más importante no es el hecho de que, existan o no existan códigos de ética sino que realmente puedan cumplirse." Señaló el Lic. Luis Valdéz Anguiano Subprocurador de Justicia del Estado de Jalisco .

LIDERES OBREROS  
DON HELIODORO HERNANDEZ LOZA  
SECRETARIO GENERAL DE LA CTM  
Y SENADOR DE JALISCO .-

Líder de varios cientos de miles de obreros jaliscienses, Secretario General de la Confederación de Trabajadores de México en Jalisco Don Heliodoro Hernández Loza ha permanecido a la cabeza de la CTM por muchos años.

Reconocido líder obrero y de opinión pública, los medios de comunicación social acuden a él insistentemente para conocer sus apreciaciones, sus palabras ocupan las primeras planas de los periódicos, la televisión y la radio también conocen el valor de las declaraciones del Senador por Jalisco, Don Heliodoro Hernández Loza.

"Don Helio" como muchos llaman a este luchador incansable de los derechos de los obreros, nos recibió en su oficina de la CTM, y pese a que nos fué difícil por las múltiples ocupaciones que él tiene ante el Senado de la República en la Ciudad de México, y en Jalisco; gracias a la cooperación de su Secretario Particular Lic. Carlos Arias Hernández y de su Secretario de Prensa Lic. Juan Carlos Tovar, Don Heliodoro Hernández Loza afirmó lo siguiente respecto a la Moral de la Comunicación Social.

"1.- Sí considero lógica y benéfica la actitud de que quienes ejercen profesionalmente la comunicación colectiva, se comprometan a demostrar que conocen las leyes específicas del medio en que laboran, así como la Constitución del país, y las normas tradicionales de justicia, libertad, verdad y moralidad, porque tienen capacidad para hacerlo y están obligados a ello.

"2.- Es suficiente para el ejercicio profesional de la comunicación social las leyes específicas que emanan de la Constitución General de la República, y los comunicadores sociales deben conocer los principios en ellos enmarcados, para que su responsabilidad moral de concientizar a la comunidad se apegue a tales normas, y beneficie a los receptores.

"Como líder de los trabajadores de Jalisco sostengo que las puertas de la CTM están abiertas a los informadores, a fin de que obtengan los datos que deseen, y eviten la desinformación por otras fuentes ajenas a nuestra central obrera.

"Los periodistas o comunicadores sociales, si sienten a México, y sienten que pueden hacer algo por la Renovación Moral de la Sociedad propuesta por el Ejecutivo Nacional Lic. Miguel de la Madrid, deben encuadrarse y apoyarlo en bien de México.

"En cuanto a la moralidad existente -hoy- en los medios de comunicación social en Jalisco, considero que hay un va-

cío moral ,porque eso todo lo sabemos,pues si nos guiaramos por la comunicación social acabaríamos por pensar que en cuanto al progreso de nuestro país ,'nó tenemos nada que hacer'." Dijo el Senador y Secretario General de la Confederación de - Trabajadores de México (CTM) en Jalisco ,Don Heliodoro Hernández Loza.



SALVADOR OROZCO LORETO  
SECRETARIO GENERAL DE LA CROC  
EN EL ESTADO DE JALISCO .-

Líder de varios miles de obreros y campesinos agremiados en la Confederación Revolucionaria de Obreros y Campesinos (CROC) Don Salvador Orozco Loreto es otro reconocido líder de opinión.

Al igual que la CTM , la CROC representa uno de los pilares fundamentales del equilibrio de las fuerzas económicamente activas de Jalisco ,los campesinos jaliscienses destacados en el ámbito nacional por su participación en la producción de alimentos,han apoyado,a lo largo de casi 50 años el desarrollo de México,mediante su apoyo gremial y político manifestado en favor del Partido Revolucionario Institucional (PRI).

Dada la importancia de la CROC en Jalisco , y de su cabeza principal Don Salvador Orozco Loreto, enseguida expondremos sus puntos de vista sobre la Moral de la Comunicación Colectiva.

"1.- Considero que efectivamente quienes ejercen profesionalmente la comunicación social,empresarios y asalariados,deben conocer las leyes específicas del medio en que laboran,así como la Constitución del país, y las normas tradicionales de justicia,libertad,verdad y moralidad , ello con el propósito de un mejor desempeño de su función , además es algo primordial . Así como para nosotros lo es -como sindicalizados-que debemos cono-

cer primero los Estatutos, la Ley Federal del Trabajo, el Artículo 123, y la Constitución .

"2.- En cuanto a la formulación de códigos de ética para el ejercicio profesional de la comunicación colectiva, estimo que no son suficientes las normas emanadas de la legislación - específica actual, porque siempre deben mejorarse los reglamentos, las leyes, siempre deben irse mejorando, no sólo necesitan conocerlos sino formular códigos de ética, deben hacer proposiciones para mejorar.

"En la mayoría de los medios, prensa, radio, cine y televisión, hay moralidad, en casi todos los medios de Jalisco, hay moralidad-efectivamente-.

"Aconsejo que en algunos medios de comunicación, no hagan de la noticia un amarillismo que nos perjudique, sino que la noticia sea veraz, que la noticia sea lo más apegada a la realidad para que verdaderamente sea una comunicación positiva para el - pueblo, y no negativa.

"En ocasiones simplemente por vender, hacen las noticias amarillistas. Los periodistas o comunicadores sociales deben adherirse a la tesis de Renovación Moral de la Sociedad, propuesta por el Presidente de México Lic. Miguel de la Madrid Hurtado, para hacerle frente al México Moderno y al México que vamos a dejar." Concluyó diciendo Don Salvador Orozco Loreto líder de la Confederación Revolucionaria de Obreros y Campesinos de Jalisco.

LIDERES PATRONALES  
 LIC. JUAN ARTURO COVARRUBIAS VALENZUELA  
 PRESIDENTE DEL CENTRO EMPRESARIAL DE  
 JALISCO (CEJ). -

La Iniciativa Privada representada por los empresarios y patronos, es uno de los más importantes pilares del desarrollo nacional; la iniciativa privada representa la libre empresa, la libre empresa significa que en México hay libertad para producir, para trabajar, para comerciar.

La IP o Iniciativa Privada no existe en los países totalitarios, no hay opción para progresar sin libre empresa, porque la mediocridad de la producción en serie sale a relucir donde no hay competencia, donde no hay estímulos ni motivos para mejorar.

Contrariamente a la tesis marxista de que la "Propiedad Privada Es Un Robo", podríamos afirmar que "El Respeto Al Derecho Ajeno es la Paz", y es así que en Jalisco y en México la Iniciativa Privada ha cooperado indudable e incansablemente al progreso nacional.

Por ello nos permitimos presentar enseguida las palabras del Presidente del Centro Empresarial de Jalisco, Lic. Juan Arturo Covarrubias Valenzuela, reconocido líder de opinión de Jalisco, respecto a la Moral o Etica de la Comunicación Social.

"1.-No sólo es benéfico, sino que es indispensable la actitud de que quienes ejercen profesionalmente la comunicación social (empresarios y asalariados) se comprometan a demostrar -

que conocen las leyes específicas del medio en que laboran, así como la Constitución del país, y las normas tradicionales de justicia, libertad, verdad y moralidad.

"Creo que en nuestro país hay un gran hueco en cuanto al conocimiento de nuestras leyes, ya no se diga constitucionales sino todo el marco jurídico que nos rodea como ciudadanos, como sociedad en general, no nomás le digo es oportuno, creo que es indispensable y más para un comunicador, porque considero que la comunicación forma parte fundamental, pilar fundamental dentro del equilibrio del país, entónces creo que los comunicadores, empresarios y quienes laboran ahí, tienen la obligación ineludible de conocer perfectamente el marco constitucional, el marco legal que nos rige, y eso como base fundamental de ejercer un profesionalismo con un total fondo de lo que marcan nuestras leyes.

"2.- Creo que todo lo que abunde en un profesionalismo y en un comportamiento ético, es bueno, creo que si bien hay lineamientos generales dentro de la estructura legal que permiten un caminar, por así decirlo, creo que los códigos de conducta — ética o moral, de conducción, son benéficos para los comunicadores sociales mismos, y para la sociedad en general en la que se desenvuelven, yo creo que si, sí es benéfico y cualquier esfuerzo que se haga en función de tener un marco de ética o moral para la conducción personal, pues contribuye, y beneficia a la sociedad." Indicó el Presidente del CEJ.

LIDERES POLITICOS  
LIC. FRANCISCO JAVIER SANTILLAN OCEGUERA  
PRESIDENTE ESTATAL EN JALISCO DEL -  
PARTIDO REVOLUCIONARIO INSTITUCIONAL.-

Con más de 50 años en el poder político nacional, el Partido Revolucionario Institucional (PRI) agrupa a cientos de miles de ciudadanos en Jalisco, el PRI ha sido después de la Revolución de 1910 quien ha gobernado-casi absolutamente-mediante sus candidatos electos en los comicios electorales, nuestro país.

Sin duda que la mayor experiencia teórica y práctica en materia política y de administración pública la atesora el PRI, -este controvertido partido político, del cual han surgido más -de una decena de Presidentes de la República Mexicana.

Por la importancia de este organismo institucional, nos permitimos presentar las consideraciones sobre la Moral o Etica de la Comunicación Social, señaladas por el Presidente del Comité Directivo Estatal en Jalisco del PRI, Lic. Francisco Javier Santillán Ocegüera.

"1.- La comunicación social, más que un arte, es una ciencia; y por ello, debe ser usada en la medida en que, tanto unos como otros tengan dominio de ella, puesto que de alguna manera la comunicación, en todas sus formas, es y seguirá siendo la mejor opción para obtener resultados benéficos, y esto lo podemos constatar, en el ejercicio de la vida cotidiana, es decir, es más

fácil resolver un determinado problema, por más difícil que sea, si procuramos valernos de la comunicación oral y poner en juego nuestras habilidades.

"Así, en este marco de referencia teórico, que es de la competencia de todos, -me refiero a la comunicación- es fácil entender el porque todos y cada uno de nosotros manejamos la comunicación, expresada esta en su sentido más amplio. De aquí, los compromisos, mismos que en base a lo antes expresado, tendrán - que ser en escala móvil, esto es, serán fluctuantes de acuerdo a las posibilidades y características de cada uno de los integrantes de un círculo de comunicación.

"Por ejemplo, aquí, tanto usted como yo, estamos comunicandonos, manejando la comunicación escrita, de cualquier manera, esto, deja entrever que se obtienen más y mejores resultados si somos capaces de comunicarnos, independientemente de compromisos o de caprichos, todavía más, los resultados serán mejores si las partes inmiscuidas en la comunicación, emisor y receptor, flexibilizan su accionar y ceden el paso al mejor de los mensajes, es decir, se actúa éticamente o sea de acuerdo a las normas morales establecidas por la sociedad en turno .

"2.- El estado de derecho, el respeto a las garantías individuales y a la libertad de expresión, así como a otros puntos más , enmarcados en el texto de la ley suprema de nuestro país, de la Constitución Mexicana, hacen, en conjunto, que México sea

un país libre por naturaleza, revolucionario por historia y soberano por la voluntad del pueblo. En esta base hemos de considerar que si existen leyes o sistemas obsoletos, es nuestro deber , primero como mexicanos, y segundo, nosotros, el Partido Revolucionario Institucional como organización política comprometida con las causas populares, busquemos reformas, modificaciones, adiciones o simplemente objetivizar, para no caer en vanas, estériles o fútiles interpretaciones de las encomiendas que nuestra Carta Magna establece; de aquí que tanto los códigos de ética, los hábitos hechos costumbre y a su vez éstas transformadas en reglas subrepticias tienen que ser adecuadas a las circunstancias actuales, al sistema moral-social que prevalece; pero lo importante, es no caer en el añejo vicio de "que lo que no está prehibido por escrito, tácitamente es permitido". De esto expuesto, usted habrá de dar respuesta a su pregunta, pero que quede claro, el Partido Revolucionario Institucional acata, porque ese es uno de sus principios la voluntad de la mayoría, así que si sometemos a juicio las normas emanadas de la legislación "específica" actual tal vez diremos que no son suficientes, puesto que tanto usted como su servidor sabemos que casi 70' 000 000 de habitantes de nuestra patria piensan de diferente manera, por ello hemos tratado de rescatar la esencia de la palabra democracia, entendida esta como la voluntad de los muchos sobre la voluntad de los pocos." Concluye el Presidente del PRI en Jalisco.

LIC. GILDARDO GOMEZ VERONICA  
 SECRETARIO GENERAL EN JALISCO  
 DEL PARTIDO ACCION NACIONAL Y  
 REGIDOR DEL AYUNTAMIENTO DE  
 GUADALAJARA, JAL.-

El segundo partido político en importancia en México, es el Partido Acción Nacional, un organismo ideológicamente anti-comunista y promotor de la iniciativa privada y de la libre empresa, además de la libertad religiosa.

El PAN es el más potente de los partidos de la "oposición" y al que más se le ha identificado en sus relaciones con la Iglesia, aunque los Obispos rechazan posibles conexiones con este u otro organismo político nacional.

Considerando los avances logrados en los municipios que han **guiado** los candidatos electos del PAN en el poder, enseguida expondremos las consideraciones sobre la Moral o Etica en la Comunicación Social, expuestas por el Lic. Gildardo Gómez Verónica Secretario General del PAN en el Estado de Jalisco, además Regidor por dicho partido en el Ayuntamiento de Guadalajara.

"1.- Evidentemente que considero lógico y benéfico que los que se encargan de la comunicación social, estén enterados de todos los aspectos legales, de toda la problemática jurídica - que envuelve el campo legal de su actividad, para que la puedan enmarcar en el marco general que establece la Constitución del país, y se inscriban en los objetivos generales del pueblo me-



xicano.

"La legislación establece normas y pautas de tipo general, esto es, las que emanan de las normas tradicionales de justicia, libertad, verdad y moralidad, de las leyes específicas del medio y de la Constitución, pero las cuestiones particulares de cada profesión no pueden constituir normas jurídicas sino recomendaciones, o reglas de conducta, quién mejor preparado para establecerlas en cada ramo específico, que quienes se dedican a dicha actividad, en ese caso creo que serían los propios gremios quienes debieran adoptar, no códigos en el sentido jurídico, porque ellos no están facultados para legislar para hacer leyes, pero sí códigos morales o recomendaciones morales, si debieran hacerlas ellos.

"2.- Mi opinión particular es que México, México del presente siglo, México Moderno se ha caracterizado por tener una prensa sujeta a las directrices del gobierno, parece ser que en los últimos años se empieza a palpar una apertura hacia la exigencia de una verdadera libertad de prensa, que siempre fué un ideal pero no una realidad; desgraciadamente tenemos dos tipos de circunstancias que no permiten la libertad de prensa, por una parte la coacción, la coersión, la corrupción del gobierno con los embutes a los periódicos y a los periodistas; y con la no admisión de una línea de plena apertura; por otro lado y eso es

lo que me parece más reprobable, con la propia declinación -  
de los responsables de los medios de comunicación , de nó -  
hacer uso de su libertad.

"Parece ser que se inicia una nueva era en el periodismo  
mexicano, en general en los medios de comunicación mexicanos,  
pero estamos todavía en pañales ."Manifestó el Lic. Gildardo  
Gómez Verónica, Secretario General en Jalisco del Partido Acción  
Nacional (PAN).

LIC. FRANCISCO JAVIER PEREZ ROMERO  
PRESIDENTE EN GUADALAJARA, JALISCO  
DEL PARTIDO REVOLUCIONARIO INSTITUCIONAL.-

Históricamente después de la Revolución Mexicana de 1910 Guadalajara, Jalisco la segunda ciudad en importancia del país ha sido gobernada por candidatos electos y propuestos por el Partido Revolucionario Institucional.

Enseguida presentamos las estimaciones del Presidente Tapatío del PRI, Lic. Francisco Javier Pérez Romero, respecto a la Etica en la Comunicación Colectiva.

"1.- En el ejercicio profesional de la comunicación social, es decir en la práctica quienes ejercen esta profesión, muchos, han procurado actuar con moralidad, conociendo las leyes específicas del medio en que laboran, la Constitución y las normas tradicionales de justicia, libertad, verdad y moralidad. Sus hechos hablan de que conocen profundamente en muchos casos, las normativas éticas. Y creo que en términos generales podríamos hablar de que sí es básico de que quien ejerce profesionalmente la comunicación colectiva conozca las leyes fundamentales que rigen la comunicación social en nuestro país.

"Dada la importancia que tiene en nuestro medio la comunicación y fundamentalmente por la trascendencia del efecto que

produce el trabajo que ellos realizan, pienso que si debe ser manejado con la suficiente ética o moralidad, de tal forma que la información o el trabajo que realizan, sea un trabajo objetivo y orientado fundamentalmente a eso, que es el difundir las acciones y los hechos que acontecen en nuestro medio o panorama nacional.

"2.- Pienso que los códigos de ética y las leyes específicas que regulan la comunicación social en México, son dos cosas bien importantes, pero también muy vinculadas, por un lado aunque expresamente no existan códigos de ética, que reglamentan moralmente la forma de conducta de un profesional de la comunicación social, si en la práctica hay una serie de principios que se van formando y que deben ser observados durante todo el tiempo en que realmente las gentes se dediquen a determinada actividad, si bien se habla del código moral que tienen los médicos, que sí está estipulado expresamente, ha sido vigente una serie de principios en otras profesiones. Por fortuna no obstante que pudiera interpretarse que algunas de las leyes reglamentarias de México no pueden ser tan actuales, sin embargo yo siento que la reglamentación que tenemos ahorita es reflejo de lo que en la práctica se da en nuestro panorama nacional.

"Con esto lo que trato de señalar es que apegándose al cumplimiento de las normas establecidas para el ejercicio profe--

sional de la comunicación social en nuestro país, por ende se da que se constituye sin que expresamente se señale, el marco donde se conciben unas normas de carácter moral o sobre ética muy personales, que aunque específicamente no están reglamentadas si se van configurando como producto del respeto en que se da el ejercicio de la comunicación en México.

"No hay que olvidar que somos un estado de derecho y que las principales actividades por hablar de las principales, todas están reglamentadas de alguna manera, pero las principales actividades sí específicamente señalan los campos como deben realizarse estas.

"A manera de conclusión creo que no podría señalarse específicamente el campo moral, no puede ser un patrón de conducta, creo que más bien es la propia conducta social del individuo la que le permite moderar sus propias normas, entendidas estas que no pueden revasar lo ya establecido, ya reglamentado, que es lo que se establece, estipula en las leyes reglamentarias de la materia.

"Puedo señalar que afortunadamente en nuestro país, desde el punto de vista, dirigido al periodismo que yo atiendo que es el de índole social y político-fundamentalmente-, creo que sí, el periodismo en nuestro país, es una profesión reconocida, sí tiene ética profesional, afortunadamente existe un marco conceptual muy claro del ejercicio, como realizan sus actividades

para fortuna, salvo muy raras excepciones, que es como en todo y es lo que confirma la regla, el periodismo en general es una actividad profesional seria, es una actividad profesional honesta en la generalidad concebida.

"Yo creo que la comunicación social es una actividad tan importante que dada la evolución y los cambios sociales del país sino fuera por la participación directa de todos los enfoques de la vida que implican la actividad, sino fuera por el ejercicio de esta actividad profesional, quizás, otras fueran las condiciones del México moderno, actual .

"Soy un convencido de la comunicación, y que saberla hacer es muy difícil y muy comprometida socialmente; artes que - otra cosa se debe tener un compromiso social y nacional muy importante dado el impacto que producen las acciones de quienes se dedican al ejercicio de la comunicación social, esa es una manera de reflexión muy personal ." Indicó el Lic. Francisco - Javier Pérez Romero, Presidente en Guadalajara del Comité Directivo del Partido Revolucionario Institucional (PRI).

## LIDERES EDUCATIVOS

PROFESOR MANUEL LARES DEL TORO  
SECRETARIO GENERAL DEL SNTE---  
SECCION 16 JALISCO .-

En representación de más de 36 mil maestros del sistema federal educativo ,y como Secretario General del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación , Sección 16 del Estado de Jalisco , el Profesor Manuel Lares del Toro,dijo sobre el aspecto Moral de la Comunicación Social lo siguiente.

"1.- La respuesta más obvia y concreta sería, Sí, al cuestionamiento de considerar "lógica y benéfica "la actitud de que quienes ejercen profesionalmente la comunicación social (empresarios y asalariados) se comprometan a demostrar que conocen las leyes específicas del medio en que laboran, así como la Constitución del país , y las normas tradicionales de justicia,libertad ,verdad y moralidad.

"No puede existir una verdadera comunicación social (empresarios y asalariados ) que en nuestro caso , son los trabajadores de la educación del sistema federal de Jalisco, sino se respetan las normas elementales de la convivencia social .

"De hecho nosotros actuamos bajo compromisos mayoritarios enmarcados en Estatutos,Reglamentos y Acuerdos, todos ellos perfectamente enmarcados en Nuestra Constitución, que es el compromiso moral más obligado de instituciones e individuos .

para poder convivir con justicia, libertad, verdad y moralidad.

"2.- Yo no se si sea un profesional de la comunicación: en cuanto a formular "códigos de ética" para mi ejercicio profesional, como responsable de una organización sindical seccional, lo considero innecesario; los códigos de ética se desprenden de las normas constitucionales.

"Lo que se debe hacer es crear con imaginación y buena voluntad programas y planes que beneficien al mayor número de individuos; los dirigentes y dirigidos, pero especialmente los dirigentes, deben tener como premisa, el bien común de las mayorías y establecer las estrategias que faciliten el acceso de los desheredados a los bienes que por diferentes razones y circunstancias, todavía están en manos de pocos, en detrimento de muchos." Afirmó el Profesor Manuel Lares del Toro, Secretario General - del SNTE Sección 16 en Jalisco .



LIC.SAMUEL RIVAS-PRESIDENTE  
DE LA FEDERACION DE ASOCIACIONES  
DE PADRES DE FAMILIA DE JALISCO.-

En representación de un millón de padres de familias del Estado de Jalisco , el Lic. Samuel Rivas, Presidente de la Federación de Asociaciones de Padres de Familia de Jalisco , señala diferentes aspectos relativos a la ética que debe normar el ejercicio profesional de la prensa, radio, cine y televisión, mismos que enseguida exponemos, dada la relevancia de representar a tal magnitud de paters familias jaliscienses.

"1.- Todo profesional de la comunicación social-empresarios y asalariados-deben conocer las leyes específicas del medio en que laboran, así como la Constitución del país, y las normas tradicionales de justicia, libertad, verdad y moralidad.

"Un comunicador debe estar totalmente enterado de todas las leyes que nos rigen en México, para poder apegarse a las normas constitucionales, tiene que ser así porque de lo contrario, cómo va a poder dar él sus puntos de vista.

"Considero que como ~~suprema~~ ley nos tenemos que regir por la Constitución, pero independientemente cada organismo podría tener sus reglamentos internos como debe de ser en todas las organizaciones, organismos de comunicación social , como los de ustedes, deberían establecerse también en asociaciones naciona

les ,estatales,etc.,para que formaran grupos fuertes,unidos y sobretodo con sus reglamentos internos, que en nada irían en contra de las reglamentaciones de por sí ya constitucionales.

"En cuanto a la moralidad existente en los medios de comunicación,pues, vivimos en un país donde hay mucha corrupción y no se salvan los periodistas de esta corrupción, no se puede decir que todos los medios , pero se puede decir que existe corrupción en algunos medios.

"Cuando el país está en crisis -como actualmente- ,el país necesita del compromiso de los comunicadores sociales,que los profesionales de la comunicación sean responsables ,y procuren dar al pueblo una comunicación veraz,apegada al derecho,apegada a la verdad,porque cuando los medios de comunicación se dejan manipular, ya sea por la iniciativa privada o por el gobierno, este,pues ,desvirtúan de hecho su postura y su trabajo tan importante para la vida nacional;entonces el pueblo recibe migajas de comunicación , y es por eso que el pueblo , precisamente ahorita está descontrolado, el pueblo ya no haya para donde hacerse,porque la opinión pública que a veces va de boca en boca es muy diferente de la que oímos por los medios de comunicación, periódicos,televisión,radio,etc.,y muchas veces el pueblo cree que estas informaciones están compradas porque no se atreven a decir la verdad, lo que quiere decir que el compromiso de los

comunicadores es muy serio, deben enfrentar el riesgo, pero desgraciadamente aunque haya muchos grandes periodistas y comunicadores sociales jóvenes recién graduados con una idea pura de lo que es la comunicación, jóvenes idealistas, muchas veces los empresarios los dueños de aquellas grandes empresas periodísticas, televisoras o de la radio, no los dejan ejercer su acción libre porque es una empresa que como cualquier otra, que si en determinado momento critica a la iniciativa privada o al gobierno, se dice que la pueden maniatar, la iniciativa privada retirándole el apoyo comercial, y el gobierno haciendo lo que acaba de pasar por ejemplo con la revista Impacto, que ya la acabaron.

"Es una responsabilidad muy seria la de quienes escogen esta profesión, es una carrera hermosísima, pero con ética y con valor-desgraciadamente el problema de los comunicadores es que dependen de patronos, a veces buenos patronos, a veces menos buenos y a veces muy malos- y ahí es donde lo distorsionan, lo educan o se somete al patrón, o se queda en la calle sin trabajo." Finalizó aclarando el Lic. Samuel Rivas Presidente de la Federación de Asociaciones de Padres de Familia del Estado de Jalisco, en representación de un millón de padres familias jaliscienses.

LIC. LUIS PAZOS DE LA TORRE  
DESTACADO ECONOMISTA MEXICANO.-

Luis Pazos de la Torre, Licenciado en Economía y Finanzas Públicas, destacado periodista ha renunciado "por dignidad" ha seguir colaborando en la Revista Impacto desde junio de 1986.

Autor de poco más de 12 libros, editorialista, colaborador de la página financiera de Novedades de México, y columnista del diario tapatío El Informador; la sencillez y amabilidad ca racterizan a Luis Pazos, quien al ser entrevistado en Guadalajara después de su Conferencia sobre "Las Expectativas Socio--económicas de México", dijo respecto a la Moral de la Comunicación Social :

"Estoy en contra de códigos de ética o moral para comunicación social, creo que sólo hay un código de ética y moral del ser humano, hay un código de ética que es la ética natural, la ética que se tiene de no decir mentiras, de decir la verdad, de ser congruente con lo que uno dice y lo que uno hace; creo que no es necesario formular códigos de ética para cada profesión, el código moral fundamental es: ser sincero, ser honesto consigo mismo, permitir a los demás la libertad de expresar lo que ellos quieren, eso creo que es un código de ética fundamental para quien está en los medios de comunicación social; no pedir a otros que hagan lo que uno no hace; todo lo demás

ya son poses, que a veces en el fondo de un código de ética hay también ciertas regulaciones con ciertas limitaciones a la libertad de expresión e información .

"Cuando un medio de comunicación miente u oculta información ya es inmoral, cuando alguien se equivoca nó es inmoral en el aspecto de que cree que está diciendo la verdad; pero si alguien con conciencia de, cuando sabe que está mintiendo, creo que ya es inmoralidad."

El Lic. Luis Pazos de la Torre, comunicador social del área económica y financiera mexicana , estima que "La ley - que debe regir el ámbito de la comunicación colectiva, es el artículo constitucional que garantiza la libertad de prensa, con ello es suficiente ,no es necesario formular códigos morales; esa debe ser la única ley para los medios de comunicación , y después estar sujetos a las leyes penales normales del que miente, difama, que engaña; pero de ahí en fuera un país demócrata pues tiene que tener el riesgo de la libertad ,debe tener el - riesgo de que la mentira y si usted quiere hasta el engaño se den a conocer, pero para eso debe haber también gentes que denuncien la mentira y el engaño; hay algunas ideologías, como nosotros sabemos, que están basadas en el engaño y la mentira, pero deben de tener cabida y dejarse expresar en un país que - pretenda ser democrático, pero ahí está la responsabilidad de

nosotros para denunciarlas, para desenmascararlas."

En opinión del periodista economista Luis Pazos de la Torre, las normas morales o éticas que debe practicar un comunicador social son : "La honestidad, la sinceridad, sensatez y humildad que son las normas de todo intelectual, creo que son las principales normas morales, y que busque realmente denunciar las lacras sociales, no únicamente complacer al poderoso, porque también el periodista no falla únicamente cuando habla, sino cuando no habla de lo que debe de hablar. Creo que esa es una gran lacra y falla de los medios de comunicación de nuestro país, que a veces a través del periodismo se quiere ganar poder y no comunicar."

En cuanto a la adhesión del comunicador social a la Renovación Moral de la Sociedad propuesta por el Presidente de México Lic. Miguel de la Madrid Hurtado , el periodista-economista Luis Pazos indicó: " sin adherirnos nosotros los comunicadores sociales , a tal renovación moral, podemos tener nuestra moral, y continuar con nuestros principios, independientemente de que se hable de renovación moral ; renovación moral es para los que nunca la han tenido , para quienes pretendemos continuar con una línea moral no necesitamos andar con renovaciones morales, sino sostenernos en la misma moral ." Concluyó el Lic. Pazos de la Torre.

EXCELENTISIMO SEÑOR OBISPO ADOLFO HERNANDEZ  
HURTADO ,ENCARGADO DE MEDIOS DE COMUNICACION  
SOCIAL DE LA REGION PASTORAL DE OCCIDENTE.-

Después de haber participado en la rueda de prensa con motivo de las Bodas de Plata del Cardenal y Arzobispo de la Diócesis de Guadalajara, el 12 de agosto de 1986; el Sr. Obispo Adolfo Hernández Hurtado Encargado de Medios de Comunicación Social de la Región Pastoral de Occidente, accedió a contestar algunas interrogantes sobre la Importancia de la Filosofía Moral o Etica de la Comunicación Social . Sus declaraciones son las siguientes:

"1.- No sería un buen comunicador social de prensa, radio, cine o televisión , no sería bueno ,si no considerara las bases morales, jurídicas, las normas tradicionales de justicia, libertad ,verdad y moralidad , así como la Constitución de su país.

"Tales son bases firmes de conocimiento , ciencia, para poder ser un auténtico comunicador colectivo , de manera que a cualquiera de los que se dedican a este terreno de los medios informativos ,deben conocer perfectamente las leyes, el ambiente, lo que se dice, actúa, lo que se hace.

"Creo que ustedes están en una obligación , no en una recomendación moral, es una obligación , es un deber de ustedes conocer las normativas éticas y jurídicas de la materia.

"2.- Yo no quiero referirme a la cuestión civil de las obligaciones de los comunicadores sociales; también son normas que deben ser aplicadas. Pero yo quiero referirme un poco más a la cuestión eclesial, en cuanto a la comunicación social y la Iglesia, también aparece esto como una obligación o deber en el código de leyes de la Iglesia llamado Código de Derecho Canónico, en donde están establecidas todas las leyes de la Iglesia, ahí aparece la obligación de la Iglesia de ser evangelizadora, por lo mismo comunicadora de la verdad, de la justicia.

"Así también todos aquellos que de alguna manera están interviniendo en este apostolado de la comunicación, deben ser cada vez más peritos y más capaces en ella, por ello el Papa envía cada año un mensaje distinto a los comunicadores, continuamente se están elaborando cursos especiales para los comunicadores también.

"Quienes se dedican a la comunicación social es conveniente que conozcan sus obligaciones civiles, en donde están contenidas distintas normas aplicadas según las circunstancias de cada tiempo y de lugar.

"3.- La deontología de los comunicadores colectivos propuesta por la Iglesia nace desde 1831; y la propuesta por los periodistas organizados se origina hasta 1900, ello es porque



la Iglesia Católica Universal es esencialmente comunicadora, lo mismo que evangelizadora, Cristo fundó su Iglesia para anunciar la buena nueva al mundo , entónces la Iglesia ha hecho ese mensaje al mundo (el Evangelio ) con los medios que cada momento se van descubriendo , al hombre le toca descubrir esas técnicas y claro la Iglesia puede usarlas, te aseguro -enfatisa el Obispo Adolfo Hernández Hurtado -que si en los tiempos de Nuestro Señor Jesucristo o en el tiempo de los Apóstoles, hubiera habido radio o televisión , la había usado, entónces no había , pero la Iglesia va actualizándose; y si se descubre un satélite hablará por el satélite, si se descubre un medio , la Iglesia lo usará , porque la misión de la Iglesia es siempre comunicar la verdad al mundo .

"4.- Respecto a la moralidad de los medios de comunicación social del estado de Jalisco , el Sr. Obispo Hernández Hurtado señaló que "yo desearía que todos los que emplean los medios de comunicación social , sean responsables de lo que están haciendo , la responsabilidad de un comunicador es siempre decir la verdad, la verdad nos hará libres, el que no la usa o el que la usa con otros fines malos, es responsable del mal que está haciendo ." Concluyó el Encargado de Medios de Comunicación de la Región Pastoral de Occidente ,Excelentísimo Sr. Obispo Adolfo Hernández Hurtado .

CONCLUSIONES AL CUARTO CAPITULO.-

- 1.- A principios del Siglo XX surgen las principales empresas de comunicación social o informativas en sus cuatro modalidades básicas: prensa, cine, radio y televisión.
- 2.- El estudio de la empresa informativa es el conjunto de conocimientos sistematizados que tiene por objeto el estudio de las unidades económicas de producción y difusión de mensajes informativos.
- 3.- En el territorio nacional mexicano funcionan un total aproximado de 1668 empresas de comunicación social; 98 cinematográficas, 290 periódicos diarios regulares; 873 estaciones radiodifusoras en amplitud y frecuencia modulada y onda corta; y 407 estaciones de televisión.
- 4.- Uno de los principales espectáculos públicos durante 1983 fué el cinematógrafo del cual se realizaron en México 882 mil 600 funciones.
- 5.- De 1930 a 1953 en la "mejor época" del cine mexicano se filmaron 1480 películas de las cuales sólo el 0.8 por ciento fueron históricas , y 0.6 por ciento documentales.
- 6.- Las principales normas éticas de cualquier medio de comunicación social son 8: responsabilidad, libertad, independencia, sinceridad (certeza, exactitud), imparcialidad, no calumniar, desencia, y carencia de falsos sistemas.

7.- Un código de ética es un cuerpo de normas o leyes morales dispuestas según un plan metódico y sistemático.

8.- En el estado de Jalisco, 23 de las principales empresas de comunicación colectiva, no cuentan por escrito con un Código Moral para su ejercicio profesional.

9.- Todos los reporteros, ejecutivos, directivos y corresponsales de 23 medios masivos de comunicación que laboran en Jalisco, --afirman que conocen las leyes específicas del medio en que laboran, así como las normas tradicionales de justicia, libertad, verdad y moralidad; al igual que las normas éticas de comunicación social.

10.- El Código de Ética del Comunicador Social propuesto en esta tesis está integrado por 24 normas morales, que emanan de la Filosofía Moral propuesta por pensadores clásicos como Sócrates, Platón, Aristóteles, Santo Tomás de Aquino, San Agustín de Hipona, Soren Kierkegaard y otros filósofos teocéntricos; además este Código Moral se alimenta de la Deontología de Comunicación Colectiva propuesta desde 1831 a 1986 por once Papas, iniciando con Gregorio XVI hasta el actual Pontífice Juan Pablo II; también se complementa de conceptos deontológicos de más de 50 Códigos de Ética periodística preparados desde 1900 en igual cantidad de países del mundo .

11.- La Asociación Mexicana de Editores (AME) que agrupa a más

de 62 diarios de provincia y que preside el Sr. Rogelio Guzmán; cuenta con 7 principios generales y 9 objetivos básicos, los cuales conforman los Estatutos de AME.

12.- El principal objetivo de la Sociedad Interamericana de - Prensa (SIP) que agrupa a más de 30 diarios de América; es defender la Libertad de Expresión, afirma su Fundador Guillermo Martínez Márquez, también Presidente-Fundador de la Primer Escuela de Periodismo de América Latina.

13.- El Dr. Alfonso Pérez-Vizcaíno quien por más de 35 años ha ejercido el Periodismo Científico, y es actual Subdirector de El Sol de Guadalajara, estima que la moral social es la que debe cumplir el comunicador colectivo.

14.- La Responsabilidad del Periodista Científico es considerada desde tres vertientes: jurídica, social y política. Asimismo el Código de Etica del Divulgador Científico aprobado en las Conclusiones del I Congreso Iberoamericano de Periodismo - Científico está conformado por 16 normas morales. Los periodistas científicos mexicanos tienen que apegarse a él, porque Mé- xico ingresó en 1979 a la comunidad Iberoamericana de Periodismo Científico.

15.- El periodista-investigador Francisco Bermeosolo establece que William Randolph Hearst es el "modelo del antiperiodismo", ya que violó las más elementales normas universales éticas del

periodismo, por ejemplo sobre "la promoción de la paz y la amistad internacional".

16.- El destacado periodista deportivo internacional Antonio Alcoba estima que "pese al cúmulo de presiones ,existen periodistas deportivos empeñados en hacer resplandecer la verdad real por encima de la verdad oficial ,aunque muchos disgustos morales y físicos les cueste.

Los obstáculos aparecen y se originan en muchas partes al periodista, y sólo pueden superarse por la vocación y el sacrificio."Quizás sea ese el único premio que nadie puede arrebatarse a los periodistas deportivos y que a su vez provoca el estímulo para mantenerse en su postura de dignidad,tan poco comprendida, incluso por quienes debieran fomentarla".Afirma Antonio Alcoba.

17.- Afirma ,Eduardo "El Guero "Téllez ,Periodista Policiáco por más de 50 años en México, que el perfil moral de un reportero de policía debe ser : " tener un gran sentido de la desencia y la honestidad y ser incapaz de recibir cinco centavos de nadie.

"El periodista es una persona que no debe tener ni hora de entrada o salida, debe buscar la noticia, nó lograrla en la oficina de prensa o mediante un compañero. Debe ser profesional. Que no le interese el dinero que le vayan a pagar (el sueldo), sino el triunfo de informar la verdad a sus lectores.Defender -

con pasión su patria. El periodista debe escribir la verdad sin importarle las presiones que tenga a los lados , ni las consecuencias que puedan presentarse."

18.- Señala Eduardo "El Guero" Téllez que actualmente la Crónica Policiaca ha perdido mucho de su esencia (sabor) y riqueza informativa debido a tres argumentos negativos.

a) Porque no tiene lectores.,

b) Porque causa ejemplo para los futuros delincuentes., y

c) Porque el reportero de policía ya no investiga los detalles de los hechos, y se concreta a los boletines o "verdades oficiales".

19.- "El Guero" Téllez , miembro de la Asociación Católica de la Juventud Mexicana (ACJM) participó en el Movimiento Cristero Nacional de 1926 , por considerar que un país democrático debe permitir la Libertad de Cultos y Creencias.

20.- Notisistema es una Agencia Informativa Mexicana que va en contra de la Difamación, la Calumnia, las Injurias, el Libelo, etc., sus noticieros radiofónicos se difunden en 46 radiodifusoras nacionales e internacionales. Su personal conformado -actualmente- por 82 trabajadores , para ser aceptados como tales debieron cumplir con los requisitos ineludibles de contar con una carrera universitaria, además de conocer y apearse a la Ley Federal de Radio y Televisión, señala el Subdirector General de Notisistema - Lic. Guillermo Camacho.

21.- Notisistema proporciona a sus trabajadores un manual de estilo que contiene algunas normas de redacción, de moral, y los principales límites constitucionales de la información, a fin de cumplir consciente y libremente con su trabajo.

22.- La influencia de la empresa de comunicación colectiva TELEVISA, S.A., llega a casi 31 millones 151 mil 159 telehogares de la República Mexicana; por ello la responsabilidad de sus trabajadores es extraordinariamente grande, que debe tener un contenido educativo y cultural, servir a la comunidad, observando un periodismo independiente, profesional, nacionalista, objetivo y veraz, alejados del sensacionalismo o amarillismo, para tener franca entrada a un hogar, luchar denodadamente para cooperar en los esfuerzos en bien de la nación, y nunca dejar de superarlos. Afirma el Presidente de TELEVISA y Novedades Editores, S.A. Sr. Rómulo O' Farrill Jr.

23.- Juan Dosal, Cronista Deportivo de TELEVISA, afirma que los lineamientos morales del periodismo son el aspecto más importante de esta profesión, porque respetándolos, el público apoya la labor del comunicador social.

24.- Eulalio Ferrer, destacado publicista y comunicador social internacional por más de 30 años, destaca como Vigencias Morales del Publicista y la Publicidad las siguientes:

a) lo fundamental es hacer de la publicidad una manera de servir

- a) a los demás ,no de hacerla padecer a los demás.
- b) lo que debe hacerse ,no es siempre lo que puede hacerse.
- c) entender a la publicidad en su grado de necesidad útil y tolerancia, como un derecho justificado sujeto y regido por las leyes de la ética.
- d) ni nos es permitido ningún despotismo propio ni ser instrumento de ningún despotismo ajeno.
- e) la publicidad no es una creación imaginativa del publicista, es algo que tiene que hacerse en función directa y básica de los beneficios que el producto anunciado proporciona.
- f) al público no se le debe engañar, aunque se puede.
- g) estamos en contra de la deshumanización en todas sus manifestaciones negativas.
- h) bien vista nuestra profesión es la profesión del hombre.

25.- Don Carlos Pizano y Saucedo publicirrelacionista mexicano por más de 30 años afirma que las buenas relaciones públicas - empiezan en el propio hogar. Las relaciones públicas deben concebirse como integración social en el plano de la justicia, por que si público es humano, relaciones públicas ,son relaciones - entre seres humanos.

La sociedad mexicana necesita publicirrelacionistas con una conducta muy vertical, honesta y positiva.

26.- El Código de Etica del Relacionista aprobado en la Asam-



blea General Ordinaria ,celebrada el día 29 de julio de 1985 por Profesionales en Relaciones Públicas de Occidente(RELAPO) es uno de los más importantes que hasta ahora existen a nivel nacional. Su contenido está formado por 10 normas morales para el ejercicio profesional de las relaciones públicas.

27.- El Subprocurador de Justicia del Estado de Jalisco,Lic.-- Luis Valdéz Anguiano destaca que los comunicadores sociales deben conocer las leyes específicas del medio en que laboran,así como la Constitución del país y las normas tradicionales de juticia ,libertad,verdad y moralidad.

Los valores morales tienen polaridad-buenos y malos,positivos y negativos- y se ubican fuera del tiempo y espacio.

Afirma el Subprocurador de Justicia de Jalisco que la Licenciatura en Comunicación es una profesión respetada y respetable, y sus integrantes requieren un alto sentido de moralidad para manejar la información que se difunde.Lo más importante de un Código de Etica es que este pueda cumplirse.Afirma el Subprocurador Lic. Luis Valdéz Anguiano.

28.- El Senador Jalisciense y Secretario General de la Confederación de Trabajadores de México (CTM) en Jalisco, Don Heliodoro Hernández Loza, considera que las leyes específicas de la comunicación social emanadas de la Constitución General de la República, son suficientes para el ejercicio profesional de esta actividad.

Los periodistas y comunicadores sociales ,si sienten a México y sienten que pueden hacer algo por la Renovación Moral - propuesta por el Presidente de México,Lic.Miguel de la Madrid deben encuadrarse y apoyarlo en bien del país. Actualmente hay un vacío moral en los medios de comunicación social de Jalisco, afirma el Senador por esta entidad Don Heliodoro Hernández L.

29.- El líder en Jalisco de la Confederación Revolucionaria de Obreros y Campesinos (CROC) Salvador Orozco Loreto,estima que los comunicadores sociales deben conocer las leyes jurídicas y morales de su trabajo , para un mejor desempeño de su función social.

El Líder de la CROC recomienda a quienes laboramos en los medios de comunicación colectiva, que no hagamos de la noticia un amarillismo que nos perjudique ,sino que la noticia sea veraz y realista,positiva y no negativa para el pueblo.

Para hacerle frente al México moderno y al México que vamos a dejar los comunicadores sociales debemos adherirnos a la tesis presidencial de la Renovación Moral de la Sociedad,señala el Líder croquista Orozco Loreto.

30.- El Presidente del Centro Empresarial de Jalisco,Lic.Juan Arturo Covarrubias Valenzuela considera que es indispensable que quienes ejercemos profesionalmente la comunicación social (empresarios y asalariados) nos comprometamos a demostrar que conocemos

las leyes específicas del medio en que trabajamos ,así como la Constitución del país,y las normas tradicionales de justicia,libertad,verdad y moralidad;porque la comunicación social es un pilar fundamental dentro del equilibrio de México. Cualquier es fuerzo que se haga en función de tener un marco ético o moral para la conducción personal beneficia a la sociedad.Dice el Pre sidente del CEJ,J.Arturo Covarrubias V.

31.-El Lic.Francisco Javier Santillán Ocegüera presidente en Jalisco del PRI, afirma que la comunicación social no es un arte , sino una ciencia . Misma que és y seguirá siendo la mejor opción para obtener resultados benéficos en la solución de los problemas generales.

El PRI -señala su presidente en Jalisco- como organización política comprometida con las causas populares considera que tanto los códigos de ética de la comunicación social,los hábitos hechos costumbres y a su vez éstas transformadas en reglas subrepticias ,tienen que ser adecuadas a las circunstancias actuales , al sistema moral-social que prevalece;pero lo importante es no caer en el añejo vicio de "que lo que no está prohibido por escrito,tácitamente es permitido".

32.-El Lic.Gildardo Gómez Verónica Secretario General del PAN en Jalisco,considera lógico y benéfico que quienes ejercemos profesionalmente la comunicación social estemos enterados de

todos los aspectos legales de nuestra actividad.

En el presente siglo XX la prensa mexicana se ha caracterizado por estar sujeta a las directrices gubernamentales, limitada por la coacción, coersión, y corrupción del gobierno con los embutes a los periódicos y a los periodistas. Sin embargo parece ser-señala el Secretario General del PAN en Jalisco- que se inicia una nueva era en el periodismo mexicano, en general en los - medios de comunicación social mexicanos, pero estamos todavía - en pañales, afirma el Lic. Gómez Verónica.

33.- Como Presidente en Guadalajara del PRI, el Lic. Francisco Javier Pérez Romaro señala que en el caso de muchos comunicadores sociales sus hechos hablan de que conocen profundamente en muchos casos, las normativas éticas.

Su trabajo debe ser objetivo, se trata de la comunicación colectiva como una actividad profesional seria, honesta. Antes que otra cosa se debe tener un compromiso social y nacional muy importante dado el impacto que producen las acciones de quienes se dedican al ejercicio de la comunicación social. Estima el Presidente del PRI en Guadalajara, Jalisco.

34.-El Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación (SNTE) Sección 16 de Jalisco, que agrupa a más de 36 mil maestros del Sistema Educativo Federal, en voz de su representante el Prof. Manuel Lares del Toro, manifestó que no puede existir una ver-

dadera comunicación colectiva sino se respetan las normas elementales de la convivencia social.

Los comunicadores sociales deben tener como premisa ,el bien común.Afirma el Prof.Lares del Toro líder del SNTE Sección 16 del Estado de Jalisco.

35.- Como representante de un millón de paters familias de Jalisco ,el Lic. Samuel Rivas. Presidente de la Federación de Asociaciones de Padres de Familia de Jalisco, considera que todo profesional de la comunicación social-empresarios y asalariados- deben conocer las leyes específicas del medio en que laboran, así como la Constitución del país, y las normas tradicionales de justicia, libertad, verdad y moralidad.

Vivimos en un país donde hay mucha corrupción y no se salvan los periodistas de esta corrupción, no se puede decir que todos los medios pero se puede decir que existe corrupción en algunos medios.

En época de crisis como hoy, el país necesita -más aún- que los profesionales de la comunicación humana sean responsables dándole al público una información veraz, apegada al derecho, -- para evitar que el pueblo se des controle, pues muchas veces la opinión pública que va de boca en boca, es muy diferente de la que escuchamos en prensa, radio, cine , televisión, etc.,

La carrera de Ciencias de la Comunicación es hermosísima

que tiene que ejercerse con ética y valor .Estimó el Lic.Samuel Rivas, en representación de un millón de padres de familia del estado de Jalisco.

36.- Luis Pazos de la Torre uno de los más grandes intelectuales economistas de México ha renunciado "por dignidad" a seguir colaborando en la Revista Impacto (hasta junio de 1986).

El Lic.Pazos afirma que sólo hay un código de ética y moral del ser humano, hay un código de ética que es la ética que se tiene de no decir mentiras, de decir la verdad, de ser congruente con lo que uno dice y lo que uno hace.

El código moral fundamental es: ser sincero, ser honesto consigo mismo, permitir a los demás la libertad de expresar lo que ellos quieren, eso creo que es un código de ética fundamental para quien está en los medios de comunicación social; no pedir a otros que hagan lo que uno no hace; todo lo demás ya son poses que a veces en el fondo de un código de ética también hay cierta reglamentación con ciertas limitaciones a la libertad de expresión e información.

El Lic.Pazos estima que "la ley única que debe regir el ámbito de la comunicación social , es el artículo Constitucional que garantiza la libertad de prensa, con ello es suficiente no es necesario formular códigos morales; y estar sujetos- además- a las leyes penales normales del que miente, difama, calumnia, engaña, etc.,

La honestidad la sinceridad ,sensatez y humildad son las normas morales de todo intelectual,son los principales deberes del comunicador social,afirma el intelectual y economista mexicano Luis Pazos de la Torre.

37.- "Creo que ustedes están en una obligación,no en una recomendación, es una obligación, es un deber de ustedes conocer - las normativas éticas y jurídicas de la comunicación social", enfatiza el Excelentísimo Obispo Sr. Adolfo Hernández Hurtado Encargado de Medios de Comunicación Social de la Región Pastoral de Occidente.

La Iglesia-agrega - que Cristo fundó para anunciar la buena nueva al mundo es esencialmente comunicadora y evangelizadora;se ha preocupado a través de los Papas -desde 1831-con Gregorio XVI, de preparar y exponer la Doctrina de la Iglesia sobre prensa,radio,cine y televisión,o deontología de comunicación social.

La responsabilidad de un comunicador social es decir siempre la verdad ,porque la verdad nos hará libres, el que no la usa o la usa para otros fines malos, es responsable del mal que está haciendo.Afirma el Obispo de Guadalajara,Jalisco Sr.Adolfo Hernández Hurtado.

NOTAS BIBLIOGRAFICAS

- (1) TALLON ,José: Empresa y Empresario de la Información.la. Edición,1981,Editorial Dossat,S.A.Madrid,España.p.p.373.
- (2) MARTINEZ DE SOUSA, José.la.Edición,1981.Editorial Paraninfo, Madrid,España.p.p.594.
- (3) TALLON, José., Ob., Cit.p.299.
- (4) Idem., p.299.
- (5) PINILLOS Y SUAREZ, Pedro José; La Empresa Informativa, prensa, radio, cine y televisión. la.Edición,1975,Ediciones del Castillo, p.p.542.
- (6) M.CEBRIAN, Herreros; Diccionario de Radio y Televisión.la. Edición,1981.Editorial Alhambra, España.p.p.335.
- (7) MARTINEZ DE SOUSA, José.Ob., Cit., p.492.
- (8) DIRECTORIO MPM, Información y Tarifas de Medios Impresos, Edición número 108 ,noviembre de 1985,Edición Medios Publicitarios Mexicanos, Impreso en México.p.p.174.
- (9) LEGISLACION, Cinematográfica Mexicana:Virgilio Anduiza Val delamar.la.Edición,1984. Editora Filmoteca UNAM.México.p.p.358.
- (10) ANUARIO 1985; Dirección General de Geografía, Informática y Estadística, Edición 1985, por la Secretaría de Programación y - Presupuesto.p.40.
- (11) Idem., p.40.
- (12) PINILLOS Y SUAREZ, Pedro José., Ob.Cit., p.378.



- (13) Idem., p.378.
- (14) CALVO ,Hernando Manuel: Periodismo Científico.la.Edición 1977 .Editorial Paraninfo, Madrid, España, p.44.
- (15) Idem., p.44.
- (16) Idem., p.46.
- (17) GARMABELLA, José Ramón: ¡ Reportero de Policía! (El Guero-Télliez ), 3a.Edición, 1984, México .Editorial Océano.p.p.272.
- (18) Idem., p.p.15 a la 20.
- (19) Idem., p.p.31 a la 34.
- (20) BERMEOSOLO, Francisco : El Origen del Periodismo Amarillo; la.Edición 1962, Ediciones RIALP S.A. Madrid, España.p.24 a la 29.
- (21) ALCOBA ,Antonio: El Periodismo Deportivo En La Sociedad Moderna. la. Edición, 1979.Madrid.Imprime Hijos de E.Minuesa, S. L.p.312.
- (22) Idem., p.153.
- (23) TREJO, Delabre Raúl: TELEVISA , el quinto poder.la.Edición 1985, Editora Claves Latinoamericanas, México, D.F. p.p.237.

CONCLUSIONES GENERALES .-

---

I

La Filosofía Moral o Ética de la Comunicación Social es la ciencia de la conducta humana a la luz de la razón, de quienes ejercen profesionalmente la comunicación colectiva - en sus áreas básicas como son: prensa, radio, cine, televisión, - publicidad, y relaciones públicas.

II

La ética es una ciencia que reconoce a DIOS como Ser Supremo, Ordenador y Creador del Universo, a quien conocemos por la Razón como facultad que distingue al género humano.

III

Para su estudio la Filosofía Moral se vale de una serie sistemática de conceptos o normas, comúnmente conocidas como virtudes morales o éticas, propuestas desde la antigüedad griega hace más de dos mil años por Sócrates, Platón, Aristóteles y otros filósofos clásicos, y aunque los moralistas no se han puesto de acuerdo en el número de virtudes que hay, las que hasta hoy se conocen son 24: Amistad, Audacia, Comprensión, Flexibilidad, Fortaleza, Generosidad, Humildad, Justicia, Laboriosidad, Lealtad, Obediencia, Optimismo, Orden, Paciencia, Patriotismo, Perseverancia, Prudencia, Pudor, Respeto, Responsabilidad, Sencillez, Sin

ceridad, Sobriedad y Sociabilidad.

#### IV

Desde la antigüedad griega hasta hoy no ha cambiado el concepto de virtud como hábito para hacer el bien.

#### V

El Comunicador Social como ser racional posee conciencia moral, voluntad y libre albedrío; la razón es la norma próxima de la moralidad. El ser humano es responsable moralmente de sus actos sólo si actúa como persona libre y consciente de sus acciones.

#### VI.

El Profesional de la Comunicación Colectiva, actúa rectamente cuando conoce el bien, y al conocerlo no puede dejar de practicarlo. El funcionamiento perfecto del alma está basado en la práctica de las virtudes morales.

#### VII

Las 24 virtudes morales humanas propuestas en la antigüedad por Aristóteles y Santo Tomás (entre otros filósofos moralistas) están contenidas en las normas éticas o hábitos buenos reconocidos desde 1831 a 1986 por once Papas como Doctrina de la Iglesia sobre prensa, radio, cine y televisión, ó Deontología de Comunicación Social; y además propuesta en 50 Códigos de Ética Periodística de igual número de países del mundo a partir de 1900 hasta hoy.

## VIII

La Filosofía Moral o Ética de la Comunicación Social tiene como fuentes básicas teóricas, las doctrinas éticas clásicas y modernas, y como ciencia que estudia los actos de los profesionales de la comunicación colectiva, históricamente se origina en 1831, a partir de las normas de conducta moral del periodismo, propuestas por el Papa Gregorio XVI en su Encíclica "Mirari Vos" que condena el libertinaje de expresión.

## IX

Prácticamente es la Iglesia Católica la que inicialmente se ocupa metódicamente de preparar, estudiar y exponer la Ética de la Comunicación Social, adelantándose en más de 70 años a las mismas proposiciones deontológicas de organizaciones periodísticas internacionales que se ocupan de la moral periodística a partir de 1900 en los Estados Unidos, y hasta 1918 en Francia.

## X

Cronológicamente la Ética Periodística Internacional se desarrolla como sigue:

- 1.- 1831, primera Encíclica "Mirari Vos" sobre moral periodística, escrita y preparada por Gregorio XVI,
- 2.- 1900, primeras formulaciones deontológicas oficiales. **En Estados Unidos.**
- 3.- 1918, primeras formulaciones en Francia.

4.- 1939, La Federación Internacional de Periodistas adopta el Código de Honor Profesional de los Periodistas.

5.- 1948, en Ginebra, Suiza se aprueba la "Declaración sobre los Derechos, Obligaciones y Prácticas que han de incluirse en el Concepto Información".

6.- 1952, la ONU aprueba el Primer Proyecto de Código Periodístico Internacional de Ética.

7.- 1968, en España se legislaron los Principios Generales de la Profesión Periodística.

8.- En 1972 la UNESCO retomó directamente las aspiraciones sobre Deontología Periodística.

9.- En 1978 la UNESCO aprueba los Estatutos para la Profesión Periodística, recomendados por la "Declaración sobre la Responsabilidad de los Medios de Comunicación".

10.- El Primer Código de Ética Periodística en México, es aprobado y adoptado en 1980, por el Sindicato Nacional de Redactores de la Prensa (SNRP).

## XI

Las primeras formulaciones sistemáticas-nó códigos-, de ética de la comunicación social expuestas en México, datan de 1913 cuando se redactó el primer Reglamento Cinematográfico - aprobado por el Gobierno del Presidente Victoriano Huerta; la Ley de Imprenta aprobada en 1917 por el régimen presidencial del General Venustiano Carranza; y la Ley Federal de Radio y

Televisión promulgada en 1960 por el Gobierno del Presidente Adolfo López Mateos. Las normativas éticas de comunicación social de México, convergen y se originan en la Constitución General de la República, en sus artículos 6 y 7.

## XII

Los Principios Morales Universales del Periodismo incluidos en más de 50 Códigos de Ética Periodística de igual cantidad de naciones del mundo, son 15; veracidad, objetividad, imparcialidad, defensa de la libertad de información, libertad de acceso a las fuentes informativas, exactitud, responsabilidad para con el público, igualdad de trato, (nacionalidad, religión, política), integridad, respeto al derecho de rectificación, no injerencia en la vida privada, condena de la calumnia y la difamación, defensa del secreto profesional y los intereses nacionales (seguridad nacional), y defensa de la paz.

Los anteriores Principios Morales Universales del Periodismo son reconocidos por once Papas desde 1831 a 1986, ellos son :Gregorio XVI (1831-1846), Pío IX (1846-1878), León XIII (1878-1903), San Pío X (1903-1914), Benedicto XV (1914-1922), Pío XI (1922-1939), Pío XII (1939-1958), Juan XXIII (1958-1963), Pablo VI (1963-1978), Juan Pablo I (1978-1978), y Juan Pablo II (1978-?). Tales principios morales son expuestos de 1831 hasta hoy en la Doctrina de la Iglesia sobre prensa, radio, cine y televisión.

Las 15 normas Universales del periodismo y comunicación social son reconocidas además por Rogelio Guzmán Presidente de la Asociación Mexicana de Editores (AME) que agrupa a más de 60 diarios de provincia; por Don Guillermo Martínez Márquez Fundador de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) que agrupa a más de 30 diarios del continente americano y quien además fué el presidente -fundador de la primer Escuela de Periodismo de América Latina (en Cuba); por el Dr. Alfonso Pérez Vizcaíno Subdirector de El Sol de Guadalajara, y Periodista Científico por más de 35 años; por Francisco Bermeosolo Periodista Investigador, por Antonio Alcoba destacado Periodista Deportivo Internacional.

Los Principios Universales del Periodismo son también reconocidos por Eduardo "El Guero" Téllez Periodista Policiaco por más de 50 años; por Guillermo Camacho Subdirector General de la Agencia Informativa Mexicana NOTISISTEMA, por el presidente de TELEVISA y Novedades, Editores, S.A. Sr. Rómulo O'Farrill Jr., por Juan Dosal Cronista Deportivo de TELEVISA, así como por el Publicista Internacional por más de 35 años Eulalio Ferrer y, por el Publiirrelacionista mexicano por más de 30 años Don Carlos Pizano y Saucedo.

#### XIII

La Comisión de la UNESCO para el estudio de la comunicación

social, postuló en 1980, cuatro tipos de responsabilidades para el periodista o comunicador social: a) contractual, b) social, c) legal, y d) ecuménica.

#### XIV

La Renovación Moral de la Sociedad propuesta por el Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos Lic. Miguel de la Madrid, implicó en el campo de la comunicación colectiva, las reformas a los artículos 1916 y 2116 del Código Civil para el Distrito Federal. Destacándose que "No estará obligado a la reparación del daño moral quien ejerza sus derechos de opinión, crítica, expresión e información, en los términos y con las limitaciones de los artículos 6 y 7 de la Constitución General de la República."

#### XV

El estudio de la empresa de información o comunicación social, es el conjunto de conocimientos sistematizados que tiene por objeto el estudio de las unidades económicas de producción y difusión de mensajes informativos.

#### XVI

En el territorio nacional mexicano funcionan un total aproximado de 1668 empresas de comunicación colectiva; 98 cinematográficas, 290 periódicos diarios normales, 873 estaciones radiodifusoras en amplitud y frecuencia modulada y onda corta, y 407 estaciones televisoras, que suman en total 1668.



## XVII

Las principales normas morales de una empresa de comunicación social son 8: responsabilidad, libertad, independencia, sinceridad (certeza, exactitud), imparcialidad, no calumniar, tener de sencia, y carencia de falsos sistemas.

## XVIII

Todos los reporteros, ejecutivos, directivos y corresponsales de 23 medios de comunicación de Jalisco, no cuentan por escrito con un Código de Etica para su ejercicio profesional, pero afirman todos que conocen las leyes específicas del medio en que laboran, de donde emanan las normativas morales del periodismo y la comunicación social; así como las normas tradicionales de justicia, libertad, verdad y moralidad,

## XIX

Ante la carencia de Códigos de Etica de Comunicación Social, en 23 de los principales medios masivos de difusión que laboran en Jalisco, nos permitimos proponer un Código de Etica del Comunicador Social, compuesto por 24 normas éticas, alimentado dicho código por la filosofía moral propuesta desde la antigüedad, por la Doctrina de la Iglesia sobre prensa, radio, cine y televisión desde 1831, y por la ética periodística oficial de organizaciones periodísticas, a partir de 1900. Dicho Código ya ha sido expuesto íntegramente en la página 229 del -- cuarto capítulo de la tesis.

## XX

Los comunicadores sociales están obligados a conocer y apegarse a las leyes específicas del medio en que laboran ,así como a la Constitución General de la República,y a las normas tradicionales de justicia,libertad,verdad y moralidad.

Los empresarios y asalariados de la comunicación social de México,deben formular constantemente Códigos de Etica para su ejercicio profesional,pues no son suficientes las normas emanadas de las legislaciones específicas de prensa,radio,cine y televisión, reglamentarias de los artículos 6 y 7 constitucionales.

En las anteriores afirmaciones concurrieron 11 Receptores de la Comunicación Colectiva y Reconocidos Líderes de Opinión de México y Jalisco, ellos son : 1.-El Subprocurador de Justicia de Jalisco,Lic.Luis Valdéz Anguiano;2.-El Secretario General de la CTM y Senador por Jalisco ,Don Heliodoro Hernández Loza,3.-El Líder de la CROC Salvador Orozco Loreto, 4.- El Presidente del Centro Empresarial de Jalisco,Lic.Juan Arturo Covarrubias Valenzuela,5.-El Presidente en Jalisco del PRI ,Lic.Francisco Javier Santillán Ocegüera,6.- El Secretario General del PAN en Jalisco,Lic.Gildardo Gómez Verónica,7.- El Presidente en Guadalajara del PRI ,Lic.Francisco Javier Pérez Romero,8.-El Secretario General del SNTE Sección 16,Prof.

Manuel Eares del Toro ,9.- El Presidente de la Federación de Asociaciones de Padres de Familia de Jalisco ,Lic.Samuel Rivas,10.- El Intelectual Economista Lic.Luis Pazos de la Torre, y 11.- El Excelentísimo Señor Obispo Adolfo Hernández Hurtado Encargado de Medios de Comunicación Social de la Región Pastoral de Occidente.

#### XXI

Como ha quedado demostrado a lo largo de la presente tesis, La Filosofía Moral o Etica de la Comunicación Social , es una de las ciencias más importantes y trascendentes del desarrollo humano.

El trabajo que realizan los comunicadores sociales es fundamental para el hombre en sociedad, la vida es un constante comunicarse, diríamos que la comunicación es vital para el mundo, esta ciencia favorecerá el desarrollo de la humanidad, siempre y cuando exista una plena comunicación y relación práctica entre  
LA FILOSOFIA MORAL O ETICA Y LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACION.

BIBLIOGRAFIA GENERAL.-

- 1.- GELLERMAN ,Saul: La Administración de las Relaciones Humanas.3a.Impresión,1973,México.Editorial CECSA,p.180.
- 2.- WAHLROOS,Sven:La Comunicación en la Familia.3a.Reimpresión, 1981.Editorial Diana,México.p.343.
- 3.- ARROYO,Ruano ,Luis G. Deontología Jurídica.1a.Edición,1978, Guadalajara,Jalisco,México.Editorial Universidad Autónoma de Guadalajara(UAG) .p.273.
- 4.- IRIBARREN,Jesús: El Derecho a la Verdad.1a.Edición,1968. Madrid,España.Editorial BAC,Biblioteca de Autores Cristianos, p.504.
- 5.- ABBAGNANO,Nicola: Diccionario de Filosofía.2a.Reimpresión, 1982.México.Fondo de Cultura Económica.p.1206.
- 6.- REAL ACADEMIA DE LA LENGUA:Diccionario de la Lengua Española.20a.Edición,1984.Madrid. Tomo 1-p.p.714;Tomo2-p.p.1416.
- 7.- MARTINEZ DE SOUSA ,José: Diccionario General de Periodismo. 1a.Edición,1981.Editorial Paraninfo,Madrid,España.p.p.594.
- 8.- DICCIONARIO ENCICLOPEDICO DE TEOLOGIA MORAL:dirigido por Leandro Rossi y Ambrogio Valsecchi y colaboración de 68 especialistas.4a.Edición con suplemento,1980.Ediciones Paulinas, Madrid,España.p.p.1479 .
- 9.- ISSACS,David:Educación de las Virtudes Humanas.1a.Edición. Editora de Revistas,S.A.México,1983. tomo 1-p.288,tomo 2-p.265.

- 10.- YALLOP, David: En El Nombre de Dios. 1a. Edición, 1984. Editorial Diana, México. p.p. 330.
- 11.- PINILLOS Y SUAREZ, Pedro José: Empresa Informativa, prensa, radio, cine y televisión. 1a. Edición, 1975. Madrid. Ediciones del - Castillo. p. 542.
- 12.- SANCHEZ, Vázquez Adolfo: Etica. 20a. Edición, 1979, México. Editorial Grijalbo, S.A. p.p. 245.
- 13.- URIBE O. Hernán: Etica Periodística en América Latina. 1a. Edición, 1984. México, Editorial Iniciativa, p.p. 185.
- 14.- JUAN PABLO II: La Familia en los Tiempos Modernos. Exhortación Apostólica "FAMILIARIS CONSORTIO". XIa. Edición, Ediciones Paulinas, 1984, México, p.p. 160.
- 15.- BORRAS, Leopoldo: Historia del Periodismo Mexicano. 1a. Edición 1983. Editorial Universidad Nacional Autónoma de México - (UNAM), México . p.p. 215.
- 16.- PRIGIONE, Jerónimo Arzobispo: LA Iglesia Como Persona de Derecho de Gentes. Personalidad Internacional de la Santa Sede; El Estado Vaticano , la Cuestión Romana. Conferencia del Episcopado Mexicano (CEM); XXXV Asamblea Plenaria Extraordinaria Guadalajara, México, 1985. Copias Documentales del Arzobispado de Guadalajara. p.p. 33.
- 17.- TEBEL, Jhon: Historia del Periódico Norteamericano. Traducción de Enrique F. Goal. 1a. Edición, 1967. España. Editorial Montaner y Simón , p.p. 298.

- 18.- JUAN PABLO II, Peregrino de la Fe: Documentos Completos DOCA. 2a. Edición corregida, 1979. Editorial JUS, México. P.P. 172.
- 19.- ANDUIZA, Valdelamar Virgilio: Legislación Cinematográfica Mexicana. 1a. Edición, 1984. Editora Filmoteca UNAM. México. p. 358.
- 20.- CREMOUX, Raúl : Legislación Mexicana de Radio y Televisión. 1a. Edición, 1982. Editorial Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) , Colección Ensayos. México. p. 191.
- 21.- MONTES DE OCA, Francisco: Lógica. 1a. Edición .México. 1981, Editorial Porrúa, S.A. p. p. 220.
- 22.- DOSAL, Juan : México 86 , El Mundial en Casa. 1a. Edición, 1986. México , Grupo Editorial. p. p. 75.
- 23.- SIMON, René: Moral, Curso de Filosofía Tomística. 3a. Edición ampliada. Barcelona, España. Editorial Herder, 1978. p. p. 432.
- 24.- DE GRAAF: Moral, Marxismo y Etica en la Unión Soviética. Traducción de Diorki. Ediciones Sígueme, 1968. Salamanca, España, p. p. 96.
- 25.- FRANCISCO BERMEOSOLO: Origen del Periodismo Amarillo. 1a. Edición, 1962. Madrid. Ediciones RIALP. p. p. 99.
- 26.- MEMORIA : Tercer Congreso Iberoamericano de Periodismo Científico. 1a. Edición 1979, México. Ediciones Contraste. p. p. 366.
- 27.- CALVO , Hernando Manuel: Periodismo Científico. 1a. Edición, 1977. Editorial Paraninfo, Madrid, España. p. p. 330.
- 28.- ALCOBA, Antonio : El Periodismo Deportivo En La Sociedad Moderna. 1a. Edición, 1979. Madrid, España. Imprimen Hijos de E.M. p. p. 312.

- 29.- FERRER, Eulalio: El Publicista, Testimonios y Mensajes: 1a. Edición, 1985. México. Editorial Trillas, s.a. de c.v. p.p. 232.
- 30.- GARMABELLA, José Ramón : ¡Reportero de Policía! (El Guero Téllez). 3a. Edición, 1984, México. Editorial Océano, p.p. 272.
- 31.- ORTIZ, Fajardo: Las Relaciones Públicas en los Servicios Médicos. 1a. Reimpresión, 1976. Editorial Limusa, S.A. México. p.p. 172
- 32.- MOLE W. Jhon: La <sup>K</sup>evolución de las Comunicaciones . 1a. Edición , 1971, Ediciones Paulinas, México. p.p. 239.
- 33.- HUGON , Eduardo O.P.: Las Veinticuatro Tesis Tomistas. 1a. Edición en Colección Sepan Cuantos número 274. Editorial Porrúa, México , 1974. p.p. 208 .
- 34.- TALLON , José: Empresa y Empresario de la Información . 1a. Edición, Editorial Dossat, S.A., Barcelona , España . Copyright José Tallón García. p.p. 372.
- 35.- ANUARIO ESTADISTICO 1985, México: Dirección General de Geografía, Estadística e Informática, Edición 1985, Secretaría de Programación y Presupuesto, México, D.F.
- 36.- TREJO , Delabre Raúl: TELEVISA el quinto poder. 1a. Edición 1985, por Editora Claves Latinoamericanas, México, D.F. p.p. 234.