

Ética, comunicación y medios
Maestría
Departamento de Comunicación
Universidad Iberoamericana
Verano 2008

I. Importancia y sentido del curso

¿Qué es la ética? O, mejor, ¿qué entendemos por ética? Fernando Savater la entiende como arte de vivir, como proyecto razonable para armonizar las exigencias sociales de la libertad, como conciencia de la autonomía responsable, como reflexión crítica sobre los valores institucionalizados. En este sentido, negar la posibilidad de la ética "equivaldría a negarnos a nosotros mismos como sujetos no ya civiles sino civilizados."

La ética, en tanto actitud decisoria, representa *lo que siempre está en nuestras manos*. Significa, siguiendo a Savater, "aquello en cuya elección y defensa ninguna autoridad puede sustituirnos sin indignidad, de cuya responsabilidad ninguna convención grupal puede disculparnos en el fondo." La ética a diferencia de los valores políticos o jurídicos, que requieren para su realización el acuerdo de muchos (plasmado en instituciones, partidos o grupos de acción), "se ocupa del ideal humano que siempre está en nuestra mano procurar: con los otros, si es posible, y solos si no hay otro remedio. Esta tarea no puede permitirse aplazamiento, porque en ella nos jugamos ya no la vida sino lo *bueno* de la vida."¹

En este sentido la ética tiene numerosas tareas. Una de ellas se refiere al comportamiento ético de los medios de comunicación. La gestión de la información ha de respetar la deontológica que guíe el accionar de los medios en la búsqueda de la verdad y que ponga un alto a la manipulación de los hechos, a la mentira deliberada, y a la degradación y la ofensa.

Etimológicamente el término *deontología* equivale a "tratado del deber", ya que está constituido por dos palabras griegas: '*deonto*', genitivo de *deon*, que significa deber y '*logos*', discurso o tratado. Se aplica a los deberes de una profesión; es la ciencia de los deberes. Significa lo debido, lo que corresponde a un grupo determinado. Es la Ética aplicada a una disciplina.

La Deontología refiere a una serie de principios, deberes y normas consensuados y pactados por un grupo profesional determinado.

Jeremy Benthan, de acuerdo con el *Diccionario de filosofía*, de José Ferrater Mora, recurrió al vocablo "deontology" para definir un ámbito de la filosofía que estudia los deberes que deben cumplirse "para alcanzar el ideal utilitario del mayor placer posible para el mayor número posible de individuos". Desde este

¹ Savater, Fernando. *El contenido de la felicidad*, Aguilar, México, 1994, pp. 59-60.

punto de vista la deontología "es una ciencia de normas que sirven de medios para alcanzar normas que se consideran fines".

Desde Benthan a la deontología no se le considera como una disciplina estrictamente normativa, "sino como una disciplina descriptiva y empírica cuyo fin es la determinación de los deberes que han de cumplirse en determinadas circunstancias sociales, y muy especialmente dentro de una profesión determinada."²

Fernando Savater explica que en las sociedades complejas "hay una serie de éticas concretas de acuerdo con la actividad o el puesto o el papel social que cada uno desempeña en un grupo humano".

La deontología, señala Savater, no es entonces una ética global para todo el mundo, sino el código ético que tiene un tipo de persona determinada que hace una acción determinada, por lo que hay límites deontológicos para unas profesiones, o para unos puestos en la vida, que no corresponden en cambio a otros."³

Por ejemplo este autor español acude al término deontología para explicar la importancia de distinguir la vida pública de la privada, en la perspectiva de abordar las relaciones entre ética, política y ciudadanía. Y esto aplica para el político, el padre de familia o el periodista.

En este marco, precisamente, los profesionales de la información han construido recomendaciones y pautas éticas para mejorar el tratamiento que los medios de comunicación dan a algunos de los retos sociales actuales en todas las democracias del mundo. Como dice Hugo Aznar, "lo que debe los presupuestos liberales de la libertad de los medios es la exigencia de responsabilidad aplicada a su actividad (...) No se habla aquí de control político sino de responsabilidad social, a partir del compromiso libre y riguroso de los agentes sociales, es decir, de todos nosotros. Una responsabilidad que debe ser tanto individual como colectiva."⁴

La deontología, desde la perspectiva de la gestión de la información, se expresa en diversos mecanismos de autorregulación, como códigos, estatutos de redacción, defensores del lector o del oyente, etcétera, que dadas las circunstancias nacionales o locales, temáticas o técnicas, pueden contribuir a que los medios cumplan mejor su función.

La autorregulación "es un compromiso social de mejora de la comunicación, de modo que nos es fruto de un día ni de unos años, ni obra de nadie en

² Ferrater Mora, José. *Diccionario de filosofía*, T. I., Ariel, Barcelona, 1994, pp.816-817.

³ Savater, Fernando. *Ética, política y ciudadanía*, Grijalbo, Raya en el agua y Causa Ciudadana, México, 1998, pp. 44-45.

⁴ Aznar, Hugo. "Los códigos éticos de la comunicación" y "La responsabilidad de los periodistas", en: *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales. Códigos y recomendaciones para los medios*, Paidós, Barcelona, 2005, p. 23.

particular, sino que va asentándose conforme crece el compromiso común de mejorar la comunicación por parte de todos y muy especialmente por parte de quienes hacen y dirigen los medios.”⁵

Sin embargo esta aspiración se desenvuelve a través de numerosos meandros y continuas polémicas acerca de qué es lo correcto de acuerdo con valores, principios y circunstancias desde y hacia dónde se dirigen los profesionales y las empresas que construyen todos los días el escenario de los medios en todo el mundo.

Por eso no es posible ahorrarse la tarea de pensar a la hora de hablar de ética y medios de comunicación, así como de ningún otro tema relacionado con nuestra vida en común que tenga como correlato las exigencias de la libertad y la capacidad de elección en una sociedad democrática.

Y en este sentido tampoco es posible evadir que la ética, como señala Savater, “es una propuesta de vida, de acuerdo con valores universales, interiorizada, individual, y que en su plano no admite otro motivo ni sanción que el dictamen racional de la voluntad del sujeto.”⁶

2) Objetivo general

Ofrecer una aproximación a la perspectiva ética de los problemas de la persona y la sociedad, para entender los fundamentos de una deontología de los medios de comunicación y su expresión en diversos mecanismos de autorregulación, con relación a realidades nacionales y locales, temas y sectores específicos y retos que plantean los avances tecnológicos, en vistas de la construcción de una sociedad democrática.

3) Objetivos específicos

El participante será capaz de:

1. Explicar los fundamentos básicos del planteamiento ético, desde la centralidad de la libertad y de la capacidad de elegir.
2. Explicar los conceptos de deontología y autorregulación en los medios, y ubicar cómo éstos se aplican en la definición de *lo debido* en el ámbito de los medios de comunicación.
3. Explicar cómo surgen los códigos éticos de la comunicación y en qué consiste la gestión responsable de la información.
4. Contextualizar y diferenciar diversos los códigos y las recomendaciones éticas, de acuerdo con diversas temáticas y contextos nacionales, en la perspectiva del mejoramiento de los medios de comunicación.

⁵ Ibid, p. 33.

⁶ Savater, Fernando. *Misterios gozosos*, Ed. Héctor Subirats, Espasa Calpe, España, 1995, p.12.

5. Ubicar diversas facetas del debate actual sobre la ética y los medios de comunicación en el mundo, en la perspectiva de la construcción de una sociedad democrática.

4) Temario

PRIMERA UNIDAD: LOS FUNDAMENTOS

- ✓ ¿Cuál es la distinción entre Ética y Moral?
- ✓ ¿Qué importancia tienen la libertad y la capacidad de elegir en la perspectiva ética?

SEGUNDA UNIDAD: DEONTOLOGÍA Y AUTORREGULACIÓN

- ✓ ¿A que nos referimos cuando hablamos de deontología?
- ✓ ¿Qué significa la deontología en el marco de nuestra vida diaria?
- ✓ ¿Cómo se aplica la ética en el desempeño del profesional de la información?

TERCERA UNIDAD: LA GESTIÓN RESPONSABLE DE LA INFORMACIÓN Y LA AUTORREGULACIÓN

- ✓ ¿Qué significa autorregulación en los medios?
- ✓ ¿Qué son los códigos éticos de la comunicación? ¿Cómo surgen?
- ✓ ¿En qué consiste la responsabilidad del periodista?
- ✓ ¿Qué significa competencia moral en la gestión de la información?

CUARTA UNIDAD: CÓDIGOS Y RECOMENDACIONES PARA LOS MEDIOS

- ✓ ¿Cómo se interpreta el significado de *código de ética* en los distintos medios?
- ✓ ¿Cómo se interpreta el significado de *código de ética* en los distintos medios y en distintos contextos democráticos en el mundo?
- ✓ ¿Existen códigos éticos de acuerdo con el sector o problemática de que se hable?

QUINTA UNIDAD: LA REALIDAD Y LOS RETOS ACTUALES DE LOS MEDIOS

- ✓ ¿Cuál es el papel de la televisión en la formación de la opinión pública?
- ✓ ¿Cómo debe entenderse la libertad de prensa en una sociedad democrática?
- ✓ ¿Qué significa confidencialidad en los medios?
- ✓ En los medios, ¿el que paga manda?
- ✓ ¿Cuál es la importancia del debate público?
- ✓ ¿Cuál es el papel de los medios en la construcción de una sociedad democrática?

5) Bibliografía

PRIMERA UNIDAD: LOS FUNDAMENTOS

Obligatoria:

1.1 La Ética y la Moral

Cortina, Adela y Martínez, Emilio, "El ámbito de la filosofía práctica", en: *Ética*, Akal, Madrid, 1998, pp. 9-28.

1.2. Libertad y elección

Savater, Fernando. "Fenomenología de la decisión ética", en: *El contenido de la felicidad*, Aguilar, México, 1994, pp. 25-46.

Complementaria:

Ferrater Mora, José. *Diccionario de filosofía*, Ariel, T. I, Barcelona, 1994.

Savater, Fernando. "Segunda parte. Elecciones recomendadas", en: *El valor de elegir*, Ariel, México, 2003, pp. 101-188.

SEGUNDA UNIDAD: DEONTOLOGÍA Y ÉTICA PROFESIONAL

Obligatoria:

2.1. Desde dónde estamos hablando

Savater, Fernando. *Ética, política y ciudadanía*, Grijalbo, Raya en el agua y Causa Ciudadana, México, 1998.

2.2. Deontología y ética profesional

Prats, Eric (coord.). "Ética aplicada" e "Información y ética profesional", en: *Ética de la in formación*, Editorial UOC, Barcelona, 2004, pp. 43-106.

Complementaria:

Ferrater Mora, José. *Diccionario de filosofía*, Ariel, T. I, Barcelona, 1994.
Proceso

Wolf, Tom. *El nuevo periodismo*, Anagrama, Barcelona, 1988.

Otros:

Gerardo Albarrán Alba. "Autrorregulación periodística. Una aproximación a sus elementos medulares", s/f.

Guy Riboreau. "La deontología periodística frente a los cambios técnicos y la globalización", Sala de prensa, s/f.

Juan Jorge Faundes. "El rol de los periodistas y su marco ético", en: Sala de Prensa, Núm. 88, feb., 2006

Isaín Mandujano. "La ética periodística en América Latina", en: Sala de Prensa, Núm. 58, agosto, 2003.

Raquel San Marín. "La ética como identidad compartida", en: sala de prensa, febrero, 2004.

Guillermo Rothsschuh Villanueva. "Ética y saber", en: Sala de Prensa, Núm. 75, enero, 2004.

José Guillermo Ángel R. "De la verdad como construcción de la verdad", en: Sala de Prensa, Núm. 75, enero, 2004.

TERCERA UNIDAD: LA GESTIÓN RESPONSABLE DE LA INFORMACIÓN

Obligatoria:

3.1. Libertad y autorregulación de los medios

Aznar, Hugo. "Libertad y autorregulación de la comunicación", en: *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales. Códigos y recomendaciones para los medios*, Paidós, Barcelona, 2005, pp.19-34

3.2. Los códigos éticos

Aznar, Hugo. "Los códigos éticos de la comunicación" y "La responsabilidad de los periodistas", en: *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales. Códigos y recomendaciones para los medios*, Paidós, Barcelona, 2005, pp.35-74.

Complementaria:

Goodwin, Eugene. *A la búsqueda de una ética en el periodismo*, Gernika, México, 1998.

Robert Steele y Jay Black. "Códigos de ética de los medios de información", American Editor, s/f

Otros:

Hugo Aznar. "Los códigos éticos del periodismo y la responsabilidad de los profesionales", Num. 40.

Hugo Aznar. "Los códigos éticos no sirven", en: Sala de Prensa, s/f.

Jaime de la Hoz Simanca. "Crisis y medios de comunicación", en: Sala de Prensa, Núm. 44, junio, 2002.

Javier Darío Restrepo. "En defensa del derecho a la información", en: sala de Prensa. Núm. 53, marzo, 2003.

CUARTA UNIDAD: CÓDIGOS Y RECOMENDACIONES PARA LOS MEDIOS

Obligatoria:

4.1 Los temas y los sectores

Aznar, Hugo. "Códigos y recomendaciones", en: *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales. Códigos y recomendaciones para los medios*, Paidós, Barcelona, 2005, pp.81-319.

4.2. Los códigos y los medios en el mundo

Villanueva, Ernesto. *Ética, radio y televisión en el mundo*, Universidad Iberoamericana y UNESCO, México, 2000.

Complementaria:

Temas y sectores

UNICEF. "Principios y líneas de orientación para hacer reportajes o entrevistas con niñas, niños y jóvenes menores de 18 años", s/f.

Tran Ha. "Un recorrido por el campo minado de la ética", en: The Poynter Institute.

Alcides Ernesto Herrera. "Guerra contra el terrorismo: la ética periodística al basurero", en: Sala de Prensa, Núm. 83, septiembre, 2005.

México

Raúl Trejo Delarbre. "Ética y medios en el México de hoy", en: Sala de prensa, 1998.

José Luis Jáquez Valderrama. "Ética y educación en el periodismo mexicano", en Revista Latina de Comunicación Social, Núm. 36, septiembre, 2000.

Otros países

Germán Ortiz Leiva. "La libertad de informar en Colombia: entre la censura y la autorregulación", en: Sala de Prensa, Núm. 42, abril, 2002.

"Código de ética de la prensa en El Salvador", Sala de Prensa, s/f.
Luis Ramiro Beltrán Salmón. "La ética periodística en Bolivia: situación y perspectiva", en: Sala de Prensa, Núm. 64, febrero, 2004.

Nelson González Leal. "La moral mediática en Venezuela", en: Sala de Prensa, Núm. 75, enero, 2004.

QUINTA UNIDAD: LA REALIDAD Y LOS RETOS ACTUALES DE LOS MEDIOS

Obligatoria:

5.1. Algunos temas álgidos

La televisión

Sartori, Giovanni. "La opinión teledirigida", en: *Homo videns. La sociedad teledirigida*, Taurus, pp.65-104.

La prensa

Enzensberger, Hans Magnus. "El triunfo del diario *Bild* o la catástrofe de la libertad de prensa", en: *Mediocridad y delirio*, Anagrama, Barcelona, 1991, pp. 66-78

Aguilar, Rubén. "Nuestro periodismo", en: *Etcétera*, mayo, 2007.

Complementaria:

La televisión

Enzensberger, Hans Magnus. "El medio de comunicación 'cero' o por qué no tiene sentido atacar a la televisión", en: *Mediocridad y delirio*, Anagrama, Barcelona, 1991, pp. 66-78

La corrupción

Sin autor. "La corrupción en la prensa estadounidense", en: Sala de Prensa, Núm. 95, septiembre, 2006.

Liliana Martínez Polo y Jimmy Arias. "Las lecciones para los medios en Colombia de los casos de plagio en *The New York Times*", en: Sala de Prensa, Núm. 56, junio, 2003.

Jesús Esquivel. "El *New York Times* por dentro", en: Sala de Prensa, Núm. 56, junio, 2003.

Mario Alfredo Cantarero, "El refrito o plagio en los medios informativos", en: Sala de Prensa, Núm. 85, nov. 2005.

Diana B. Henríquez. "La noticia en la era del dinero", en: Cuestiones Mundiales, abril, 2001.

La internet

Bob Giles. "El periodismo en la era web", en: Cuestiones Mundiales, abril, 2001.

Oscar Jaramillo. "La pérdida de la privacidad en internet", en. Sala de Prensa, Núm. 31, mayo, 2001.

Roberto Nicolás Silva Rodríguez. "Internet: competitividad y ética", en: Sala de Prensa, Núm. 9, julio, 1999.

Oscar Jaramillo. "La pérdida de privacidad en internet", en: Sala de Prensa, mayo, 2001.

5.2. El papel de los medios en la promoción del debate y la construcción de una sociedad democrática

Obligatoria:

Sartori, Giovanni. "¿Y la democracia?", en: *Homo videns. La sociedad teledirigida*, Taurus, pp. 105-152

Complementaria:

El debate y la construcción de la democracia

"Debates. Para salir de Babel", en: *Letras Libres*, mayo 2004, Año VI, Núm. 65

Sen, Amartya. "El ejercicio de la razón pública".

Krauze, Enrique. "Para salir de Babel".

Carreño Carlón, José. "Nuevos modelos de debate y negociación. Piezas ausentes de la democracia mexicana".

Sarmiento, Sergio. "¿Dialogar en los medios?"

Jan Schaffer. "La función de los medios de información en construir una comunidad", en: Cuestiones Mundiales, abril, 2001.

Silvio Waisbord. "Por qué la democracia necesita del periodismo investigador", en: Yahoo, 2007.

Defensores del público y observatorios de medios

Susana Herrera Damas. "Retrato en diez rasgos de los observatorios de medios en América Latina", en: Sala de Prensa, Núm. 84, oct. 2005.

Flavio Pauwels. "La experiencia del primer defensor del oyente en una radio pública argentina", en: Sala de Prensa, Núm. 85, nov., 2005.

Abraham Santibáñez. "Consultorio de ética periodística".

German Rey. "El defensor del lector: un oficio en construcción", en: Sala de Prensa, s/f.

Emilio Flippi Muratto. "Para qué un defensor de los lectores", en: sala de Prensa, Núm. 53, marzo, 2003.

Germán Ortiz Leiva. "¿Por qué un observatorio de medios para Colombia?", en: Sala de Prensa, Núm. 37, nov., 2001.

"El mediador de Radio Francia Internacional", en: Sala de Prensa, Núm. 53, marzo, 2003.

Gerardo Albarrán Alba. "Contextos jurídico, político y social del defensor del lector", en: sala de Prensa, Núm. 53, marzo, 2003.

Carlos Maciá Barber. "Un centinela de los públicos en la redacción", en: Sala de Prensa, marzo, 2003.

Virgina White House. "Grupos que vigilan a los medios de información", en: Cuestiones Mundiales, abril, 2005.