Etica del Comunicador Profesional

Jesús Morales León

P91
M6

Ética del Comunicador Profesional • Jesús Morales León

1020120783

ETICA DEL COMUNICADOR PROFESIONAL

Jesús Morales León

Universidad Autónoma de Nuevo León

ETICA DEL COMUNICADOR PROFESIONAL

Jesús Morales León

CAPILLA ALFONSINA
UANL
FONDO UNIVERSITARIO

Ediciones ARBOR
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Autónoma de Nuevo León

0117-15860

Universidad Autónoma de Nuevo León
Facultad de Ciencias de la Comunicación

P91
M6

Rector:
Dr. Reyes S. Tamez Guerra

Director de la Facultad de Ciencias de la Comunicación:
Lic. Juan Mario Gámez Cruz

Portada:
Lic. Maritza Zamora y Arq. Rosa Laura Morales
Diseño gráfico y edición:
Lic. Carlos Hinojosa y Silvia Hermosillo
Departamento de Informática de la F.C.C.
Revisión editorial: Lic. Héctor J. Mora
Impresión y encuadernación:
Departamento de Artes Gráficas de la F.C.C.

Ediciones ARBOR
Monterrey, N.L., México, 1996

DEDICATORIA

* ***A MIS PADRES: +JESUS Y CONSUELO***

  POR EL DON DE LA VIDA Y EL CARIÑO CON QUE ME EDUCARON

* ***A MI ESPOSA LAURA***

  POR SU AMOR Y COMPRENSION EN TANTOS MOMENTOS DE LA VIDA

* ***A MIS HIJAS: LAURA NANCY Y GISSELLE***

  POR LA ALEGRIA Y ENTUSIASMO CON QUE ILUMINAN MI VIDA

PROLOGO

Deslumbrados como estamos frente a esta era de las comunicaciones por excelencia, nuestro intelecto todavía no termina de asimilar un nuevo y espectacular adelanto técnico, cuando otro acaba de llegar y muchos más vienen en camino.

Estamos ya irremediablemente inmersos en un mundo que se antoja de ciencia ficción: aparatos para todo, computadoras de alcance increíble, maravillas de la telefonía... en fin, que la eterna carrera entre la información y el tiempo, parece haber llegado a su fin. Ganó la información, ha vencido a los límites del tiempo.

Con la entrega al instante de la comunicación escrita y la difusión simultánea de los hechos, el mundo se redujo a la "aldea global" prevista por McLuhan. Los habitantes del Planeta Tierra no son ya extraños entre sí.

En pocas palabras, tiene resuelto el **cómo** comunicar.

Hoy el comunicador tiene a su alcance una cantidad de artefactos, que sobrepasa su capacidad de utilización.

Cuenta con **informaductos** a placer y puede alcanzar una calidad de alta tecnología en cada una de las **empaquetaduras** de su único producto que es el **mensaje.**

Lo dicho. Hoy el informante está deslumbrado con el **cómo,** pero... ¿alquien está preocupado por el **qué** comunicar?

El **qué,** o la esencia del mensaje, tiene poco o nada que ver con lo electrónico, más bien está intrínsecamente relacionado con lo que es el hombre mismo en su esencia.

¿Y qué es el hombre?

Jesús Morales León nos lo recuerda en esta obra dedicada muy

especialmente a los comunicadores en cierne: "El hombre ha sido el punto de partida de la filosofía, porque él es centro de todo lo existente. En él se conjuga la materia y el espíritu, la grandeza y la miseria, la racionalidad y la irracionalidad, el tiempo y el espacio, el amor y el odio".

Como definición se dice demasiado fácil, pero no hay fenómeno más complicado que el hombre -ya lo advierte el autor- "...es un ser muy complejo, un misterio, un enigma" y esa complicación se agranda cuando interactúa con sus iguales, con otros seres humanos, en un entretejido social que se llama comunicación.

El resultado de ese interactuar diario de los hombres en el mundo, nos indica, por todos los medios, que se impone el regreso a la ETICA... a las humanidades.

El presente es un esfuerzo por aportar elementos claros y sistemáticos que servirán para arrojar luz a temas como: los actos humanos, la conciencia, el bien, la libertad, las responsabilidades profesionales y la ética en los medios de Comunicación Social.

Servirá también para recordarnos que el hombre está llamado principalmente a cumplir con el deber de ser feliz y que, para serlo, necesita cuidar su yo interno tanto más que su exterior, pues, como dice Francisco Gómez Antón: "Un comunicador que no se ocupe por cultivar un personal y muy rico mundo interior, sólo será un sembrador de pobreza".

CONY CHAVEZ

INDICE

PROLOGO

INTRODUCCION

PRIMERA PARTE
ETICA GENERAL

I.- ETICA 3

II.- LOS ACTOS HUMANOS 11

III.- LA MORALIDAD DE LOS ACTOS HUMANOS 17

IV.- LA CONCIENCIA 23

V.- EL BIEN 29

VI.- LA LEY MORAL 33

VII.- OBLIGACION MORAL 37

VIII.- LA LIBERTAD 41

IX.- LOS DERECHOS HUMANOS 47

SEGUNDA PARTE
LA ETICA EN LA COMUNICACION

X.- EL HOMBRE 59

XI.- EL TRABAJO 63

XII.- LAS RESPONSABILIDADES PROFESIONALES 65

XIII.- LA INFORMACION Y LA ETICA 73
- LA OBJETIVIDAD
- LA VERACIDAD
- LA CERTEZA Y EVIDENCIA
- EL ERROR

XIV.- EL SECRETO PROFESIONAL 79

XV.- RESPETO A LA INTIMIDAD 83

XVI.- LA OBJECION DE CONCIENCIA 85

XVII.- LA ETICA EN LAS ORGANIZACIONES 87

XVIII.- LA ETICA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL 91

XIX.- ETICA EN LA PUBLICIDAD 95

ANEXO: DECLARACION UNIVERSAL DE DERECHOS HUMANOS 99

BIBLIOGRAFIA 107

INTRODUCCION

Publicar estos apuntes de ETICA DEL COMUNICADOR PROFESIONAL, no tuvo otra razón más que compartir con los alumnos de Ciencias de la Comunicación, la experiencia de algunos años de impartir la materia.

Pretende ser un instrumento didáctico que facilite el conocimiento de los criterios fundamentales de la Etica, aplicados a las actividades propias del Comunicador con el fin de orientarlo en el camino recto de la moralidad.

Quiero responder al compromiso que tengo conmigo mismo y con toda la humanidad, de hacer este mundo más humano, mejor de lo que lo encontré. Es una responsabilidad ante mis compañeros Comunicadores, especialmente con mis alumnos y ex-alumnos y, sobre todo, ante mi querida Alma Máter, por la confianza que ha brindado al hacerme partícipe de su bella labor educativa: ALERE FLAMMAM VERITATIS.

En todo momento, he procurado expresar las ideas de la manera más clara y sencilla, para allanar el camino a las grandes verdades ético-filosóficas.

La temática de la obra ha sido presentada en dos partes: La primera, se refiere a la definición de los criterios éticos generales y, la segunda, comprende la aplicación de estos criterios a la actividad comunicativa.

En la actualidad, la carencia de valores éticos es una triste realidad que afecta a todas las dimensiones humanas. Sería una utopía pensar que, con este sencillo trabajo, voy a cambiar los principios morales vividos por los lectores durante una buena parte de su vida.

Simplemente, quiero unirme a la lucha de quienes creen que el esfuerzo por hacer de nuestro mundo, uno mejor, bien vale la pena. Sé que en pos de este objetivo, se orientan ya muchos compañeros comunicadores, quienes trabajan sin descanso en esta noble labor.