

ÉTICA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Prof. Pedro Iván Martín Córdova Piscoya

pcordova@usil.edu.pe
pedroivancordova@gmail.com

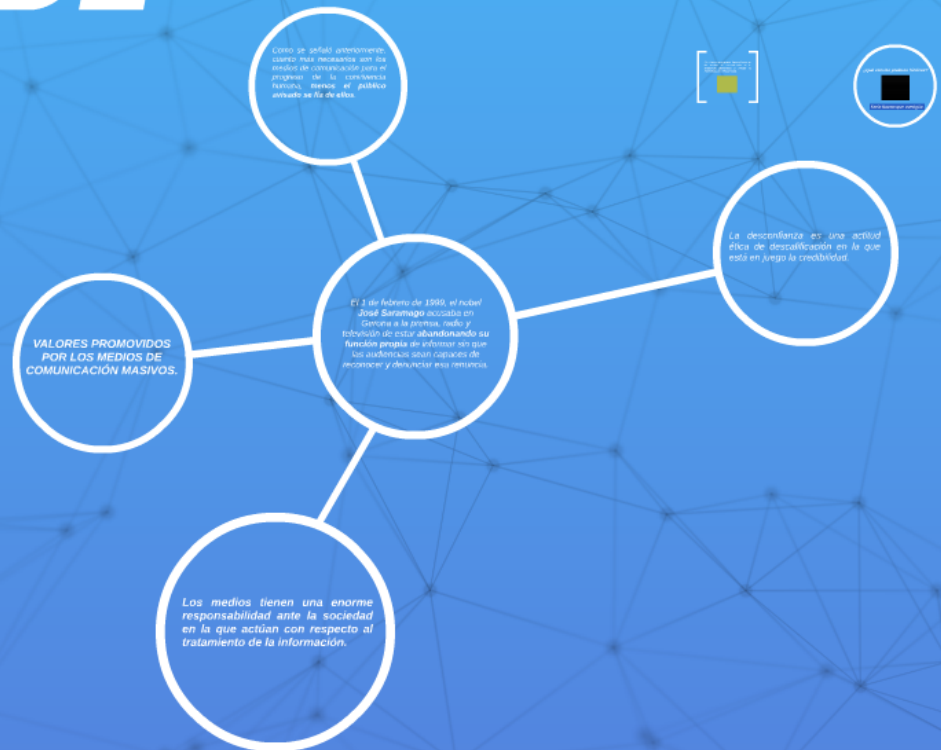
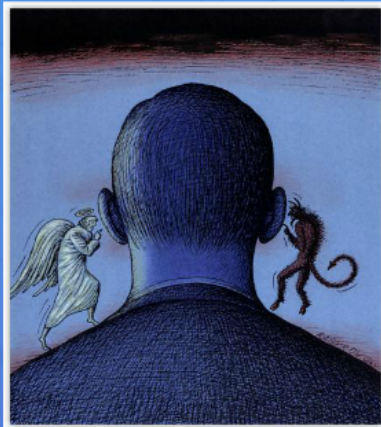


ÉTICA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Prof. Pedro Iván Martín Córdova Piscoya

pcordova@usil.edu.pe

pedroivancordova@gmail.com

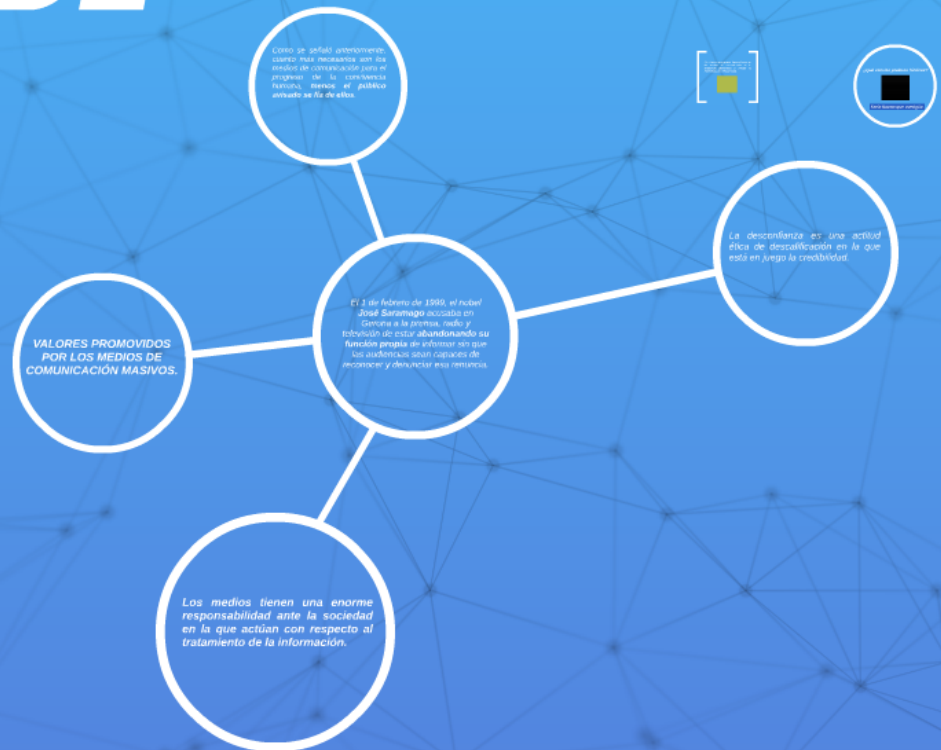
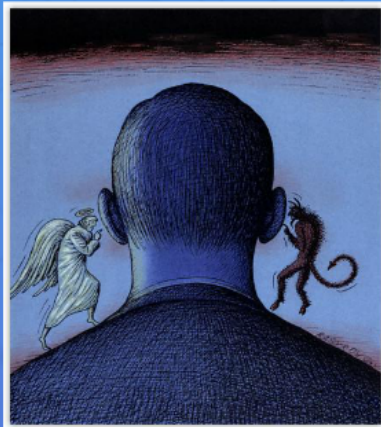


ÉTICA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Prof. Pedro Iván Martín Córdova Piscoya

pcordova@usil.edu.pe

pedroivancordova@gmail.com



***VALORES PROMOVIDOS
POR LOS MEDIOS DE
COMUNICACIÓN MASIVOS.***

*Los medios tienen una enorme
responsabilidad ante la sociedad
en la que actúan con respecto al
tratamiento de la información.*

*El 1 de febrero de 1999, el nobel
José Saramago acusaba en
Gerona a la prensa, radio y
televisión de estar **abandonando su
función propia** de informar sin que
las audiencias sean capaces de
reconocer y denunciar esa renuncia.*

*Como se señaló anteriormente,
cuanto más necesarios son los
medios de comunicación para el
progreso de la convivencia
humana, **menos el público
avisado se fía de ellos.***

La desconfianza es una actitud ética de descalificación en la que está en juego la credibilidad.

*A veces se tiene la impresión de que **importa más la creación, posesión y dominio de las tecnologías de la comunicación** que la calidad humana de los mensajes informativos.*



Uno de los factores que genera la desconfianza en los Media es:

*La tendencia calculada a la parcialidad, **producto** que se **inclinan** más hacia los **poderes fácticos**.*

¿Qué son los poderes fácticos?



Sería bueno que averigüe.

*Otro factor que genera desconfianza en los medios de comunicación es la **tendencia generaliza a invadir la intimidad y la vida privada.***



Existe una tentación de invadir la vida privada de los demás bajo pretextos informativos.

¿Qué casos emblemáticos de invasión de la vida privada conoce usted?

LA LIBERTAD DE PRENSA Y LA LEY

La Declaración de Chapultepec

La Declaración de Chapultepec se fundamenta en el presupuesto esencial de que no debe existir ninguna ley o acto de poder que coarte la libertad de expresión o de prensa, cualquiera sea el medio de comunicación.

Puedes descargar la Declaración completa en el siguiente link:

http://www.sipiapa.org/wp-content/uploads/2012/01/libro_31_74.pdf

*Si a las personas se les niega el acceso a la información, **se les veda expresar sus pensamientos, se les priva de su derecho a emitir y conocer opiniones,** la manifestación de sus ideas no será libre.*

CÓDIGOS DE ÉTICA O AUTORREGULACIÓN

En Estados Unidos, la Sociedad de Periodistas Profesionales adoptó en 1926 un Código de Ética general que sirve de guía para los periodistas.

Por ejemplo el código prohíbe a los periodistas aceptar regalos, favores, viajes gratis y otros privilegios que puedan comprometer su integridad.

En el Perú, el Código de Ética del Colegio de Periodistas del Perú sólo obliga a los periodistas asociados.

Existe el Código de Ética de la Radiodifusión Peruana, aprobado el 15 de julio de 1994.