



PORTADA

INFORMACIÓN GENERAL

CONSEJO EDITORIAL

ENVÍO DE ORIGINALES

NÚMEROS ANTERIORES

INDEXACIÓN BASES DE DATOS

CREATIVE COMMONS

BÚSQUEDAS

CONTACTO

Google DENTRO DE C&S

OK



Reseña /

Thomas W. COOPER, Clifford G.,

An Ethics Trajectory: Visions of Media Past, Present and Yet to Come.

University of Illinois, The Institute of Communication Research, Urbana Illinois

En marzo de 1987 Tom Cooper y Clifford Christians organizaban The First Media Ethics Summit, con el propósito de tomar el pulso a la situación ética de los medios, establecer una infraestructura de apoyo entre profesionales y académicos, así como recomendar una agenda que presentase algunas ideas para la acción. Veinte años después, Cooper y Christians han organizado un segundo encuentro de las mismas características, tras un largo período de trabajo y un escenario en los medios diverso al de finales de los años 80. El libro editado por John Michael Kitross constituye un balance de los veinte años transcurridos y una apuesta de futuro. El texto se divide en tres partes. La primera, tras una breve presentación de los aspectos más relevantes del primer congreso, presenta tres estudios elaborados por Cooper, Christians y Bowers que analizan el estado de la ética en los medios en los últimos veinte años. La segunda recoge las conferencias e intervenciones que tuvieron lugar en el congreso celebrado en 2007, en las que se aborda una temática de gran actualidad: medios y democracia, secreto, privacidad, cuestiones de género, etc., y se propone una nueva agenda de actuación para los medios. La tercera parte se compone de propuestas de futuro pensadas desde la perspectiva concreta del periodismo, fotografía, relaciones públicas, publicidad, diversidad y medios, ética y derecho, ética del entretenimiento y nuevos medios. El volumen contiene un directorio de los participantes en el segundo Congreso y su afiliación, que resulta muy útil para situar el mapa de trabajo en ética de los medios en USA. Además, cada texto se encuentra acompañado de una útil referencia bibliográfica. Cabe destacar como nota característica del texto que busca cierta convergencia entre los aspectos teóricos y la aplicación práctica de la ética profesional. Deni Elliott (vii-viii) apunta que hace veinte años los académicos distinguían entre la ética filosófica y la ética práctica; la ética era una sub-especialidad de la filosofía, para la que los no-filósofos no eran competentes, y los editores afirmaban no tener particulares problemas éticos en las redacciones. Afirma que el contexto ha cambiado y hoy se están realizando excelentes trabajos de fundamentación de la práctica profesional desde disciplinas como la antropología, la sociología, la ciencia política, la filosofía o la psicología. Los profesores de ética han redescubierto que pueden hacer razonar a sus alumnos con métodos más sofisticados, estirando su capacidad de razonamiento ético. Una de las partes centrales del texto radica en los estudios que analizan los veinte años que han transcurrido entre las dos reuniones. Tom Cooper escribe "Between the Summits: What Americans Think about Media Ethics" (pp. 17-27), donde presenta un estudio acerca de cómo los americanos perciben entre 1986 y 2006 la situación de los medios. En concreto detectan un incremento de prácticas profesionales cuestionables y desaprovechan algunas de las políticas que favorecen una excesiva libertad de expresión. Por otra parte, se comienza a pensar que los medios también pueden contribuir a la corrupción de la democracia. Crece la exigencia de mayor protección de la infancia. Además, la realidad aparece desfigurada por los medios, por lo que, en concreto, se pide menos presencia de contenidos negativos. Como consecuencia, los ciudadanos perciben la necesidad de trabajar en la ética de los medios. El capítulo III "Between the Summits: Media Ethics Theory, Education and Literature", (pp. 29-49), escrito por Clifford G. Christians, repasa la literatura académica sobre el estatuto y la enseñanza de la ética profesional en comunicación. Si durante los años 80 cobra fuerza una ética profesional de carácter normativo dirigida a la práctica, son varios los autores que a lo largo de estos años proponen una comprensión teórica con orientaciones diversas. En particular, Christians señala cómo la perspectiva que ofrece el utilitarismo así como el consecuencialismo encuentra graves dificultades para elaborar una teoría de la formación ética, ya que encuentra dificultades para aplicar el principio del mayor beneficio público. Señala cómo la práctica profesional pone de manifiesto que la utilidad o el equilibrio de consecuencias no son suficientes para tomar una decisión ética. Y, por último, hace referencia al trabajo realizado por The Hastings Center que ha identificado cinco objetivos de formación ética para el profesional: 1. Estimular la imaginación moral; 2. Reconocer los problemas morales; 3. Desarrollar herramientas de análisis; 4. Conseguir cierto sentido de obligación moral; 5. Tolerar el desacuerdo y la ambigüedad. Sin embargo, Christians sugiere que es necesario mejorar sustancialmente la competencia ética de los profesionales de la comunicación y propone el objetivo de alcanzar una formación universitaria con mente filosófica –The philosophical Mind–, para la que los fundamentos y presupuestos del conocimiento son importantes (pp. 46-47). Peggy Bowers escribe el capítulo IV "Between the Summits: Teaching Media Ethics", (pp. 55-66), en el que da noticia del incremento que en los últimos 20 años ha tenido la organización de cursos sobre ética de los medios, dirigidos a profesionales. Crece la percepción unánime sobre la necesidad de un razonamiento moral profesional, pero no todos coinciden en su significado. De hecho hoy se presentan inicialmente dos modos de concebir la formación ético profesional, uno en referencia a la tradición ilustrada y otro de carácter deontológico, que hacen referencia respectivamente a un razonamiento moral intelectual y a las herramientas para la actuación profesional. Ahora bien, ambos elementos son necesarios y pueden ser integrados. En definitiva, An Ethics Trajectory constituye un texto que ofrece una visión panorámica del estado de la ética profesional de los medios en Estados Unidos y contiene aportaciones sugerentes sobre su comprensión y el modo de impartir la formación.

Mónica Codina

mcodina@unav.es

arriba