

image not found or type unknown



Comunicación responsable

Hugo Aznar

Fecha de publicación:

19/01/1999

Sello Editorial:

Editorial Ariel

Contacto de prensa

Nombre:

Laura Fabregat

Teléfono: 934928947

Email:

lfabregat@planeta.es

Nombre:

Laia Barreda Vicent

Teléfono: 93 492 8308

Email:

laia.barreda@planeta.es

Nombre:

Erica Aspas

Teléfono: 934928752

Email:

easpas@planeta.es

Hugo Aznar, nos muestra un estudio de la autorregulación para mejorar la ética de los medios de comunicación.

Cada vez es más frecuente que los políticos, periodistas, medios de comunicación y la sociedad en general apelen a la autorregulación cuando se habla de la influencia y el poder social que los medios poseen en nuestra sociedad. En congresos, debates, editoriales de periódicos, aulas de escuelas y universidades, la palabra más oída de la ética de los medios de comunicación es *autorregulación*. Frente a los excesos de unos medios sometidos exclusivamente a criterios de mercado y el peligro de quienes reclaman una vuelta la censura y control, la autorregulación supone una nueva vía – todavía poco extendida- para que medios, periodistas y empresarios ejerzan su libertad de expresión con responsabilidad. ¿Qué mecanismos existen para hacer realidad la autorregulación? ¿Qué función desempeña un *ombudsman*, cómo actúa un consejo de prensa, para qué sirve un libro de estilo, qué puede hacer una asociación de usuarios o quién debe promover un código deontológico? Estas cuestiones y muchas otras son analizadas y discutidas de forma exhaustiva y por primera vez en nuestro país en este libro.

Comunicación responsable realiza un estudio detallado de todos los mecanismos de autorregulación que pueden ponerse en marcha para mejorar la ética de los mass media (su origen e historia, la función que cumplen, qué agentes de la comunicación los protagoniza, qué inconvenientes y ventajas tiene y con qué ejemplos contamos dentro y fuera de España).

El libro constituye una ultimísima herramienta de trabajo para quienes deseen saber qué es y en qué consiste la autorregulación de la comunicación, y más aún para quienes quieran ponerla en práctica. Un texto, en suma, imprescindible entre los estudiantes de Ciencias de la Información, que se preparan hoy para ser los comunicadores de mañana, y que conocerán aquí cómo pueden contribuir a defender y mejorar los valores éticos y deontológicos de la profesión que ha elegido.

Comunicación responsable fue merecedor del primer premio de la X edición de los Premios de la investigación sobre Comunicación de Masa (1998), convocados por el Centre de l'investigació de la Comunicació del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, el premio más importante de este género que se otorga hoy en nuestro país.

Hugo Aznar

Hugo Aznar es profesor de Ética de la Comunicación de la Universidad Cardenal Herrera - CEU de Valencia y director del Departamento Ciencias Políticas, Ética y Sociología. Es también autor del libro *Comunicación responsable*.