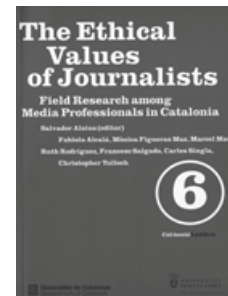


ALSÍUS, S. (ed.) *The Ethical Values of Journalists. Field Research among Media Professionals in Catalonia*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, 2010. ISBN: 978-84-393-8346-8

PER ANASTASIIA GRYNKO

Professora ajudant de la Facultat de Periodisme de Mohyla de la National University of Kyiv-Mohyla Academy (Kiev, Ucraïna)



La BBC i les claus de la seva excel·lència: finançament assegurat i independent, bon govern i aposta per la qualitat a la programació

L'ètica dels mitjans de comunicació se centra, en general, en les demandes respecte de quins valors haurien de guiar el bon periodisme (Plaisance i Deppa 2008). Per això, els debats actuals sobre l'ètica periodística tracten sovint sobre els principis morals, les disposicions normatives i les obligacions codificades adreçades a *millorar* l'acompliment professional, en lloc d'adreçar-se a entendre els valors compartits pels professionals. Respecte de la literatura existent sobre l'ètica dels mitjans de comunicació, Plaisance (2009) assenyala que els debats ètics es basen massa sovint en els estàndards normatius i en les bones pràctiques. Així mateix, el volum creixent de recerca entorn de l'ètica dels mitjans de comunicació és criticat per la bretxa aparent entre la teoria i la pràctica al sector (Starck 2001). En conseqüència, es presta poca atenció a l'"ètica dels periodistes" –la manera en què es perceben i s'exerceixen les normes deontològiques a la pràctica diària dels mitjans de comunicació–, i hi ha encara menys treballs que analitzin l'ètica mitjançant la recerca sistemàtica basada en dades que proporcionin "les veus" de les persones que treballen en els mitjans de comunicació. De fet, aquest component "pràctic" de l'ètica periodística constitueix un punt important tant per als debats acadèmics com professionals. Esclareix les raons que hi ha darrere de la conducta professional dels periodistes i proporciona un coneixement en profunditat sobre com opera el món dels mitjans de comunicació i *per què*, així com sobre la forma en què *hauria de funcionar*.

El llibre *The Ethical Values of Journalists. Field Research among Media Professionals in Catalonia* aconsegueix aplegar la teoria i la pràctica de l'ètica dels mitjans. En centrar-se en les experiències reals dels periodistes, els autors tracten de comprendre "l'ètica dels periodistes" o com es reflecteixen els valors morals universals en l'experiència de la vida real. Sobre la base d'un estudi empíric realitzat a Catalunya, Salvador

Alsíus (ed.) i un equip d'investigadors analitzen els valors comuns que conformen i regeixen el comportament dels periodistes. En particular, els autors analitzen com els periodistes relacionen els principis normatius amb les decisions professionals, i exploren "les actituds i els valors que n'afecten l'activitat professional" (pàg. 16).

Els col·laboradors d'aquest llibre (Salvador Alsíus, Christopher Tulloch, Carles Singla, Mònica Figueras, Ruth Rodríguez, Francesc Salgado, Fabiola Alcalá i Marcel Mauri) compten amb una formació acadèmica sòlida, recerques rigoroses i una dilatada experiència pràctica en l'àmbit del periodisme. Tots ells van formar part de l'equip investigador. El volum està editat per Salvador Alsíus, doctor en periodisme, director de la titulació de periodisme de la Universitat Pompeu Fabra, i també periodista a la televisió.

Una metodologia de recerca original i una feina de camp innovadora fan que els resultats del text siguin especialment valuosos. A partir de l'anàlisi del contingut dels codis ètics i dels documents que regulen l'ètica dels mitjans de comunicació a Espanya, els investigadors realitzen un complet inventari de les normes formalitzades que guien el periodisme contemporani. El llibre tracta, a grans trets, quatre principis fonamentals (la veritat, la justícia, la llibertat i la responsabilitat), que constitueixen la "columna vertebral" de la professió, i proporciona una base deontològica ben organitzada per a l'anàlisi posterior de les actituds dels periodistes. A continuació, la combinació de mètodes de recerca qualitius (entrevistes en profunditat) i quantitatius (enquesta) ajuden a obtenir una visió complementària del sistema de valors que els periodistes empenen en la seva feina. Els resultats de l'estudi també proporcionen riques característiques demogràfiques de la comunitat de periodistes de Catalunya, i mostren la "instantània" de les persones que en l'actualitat treballen al sector. Considerat en el seu conjunt, el text de Salvador Alsíus i l'equip d'experts esmentat contribueix a la tasca global sobre els mitjans de comunicació i l'ètica dels mitjans de comunicació que, segons Zelizer (2004), està en mans, en general, de la filosofia i de la sociologia.

En relacionar els aspectes conceptuals amb l'experiència dels professionals de Catalunya, el llibre presenta una gamma ben àmplia de dilemes específics que els periodistes afronten en la seva feina diària, com ara la fiabilitat de les fonts, la manipulació d'imatges, l'ús de càmeres ocultes, l'estereotipatge i la discriminació dels grups socialment desfavorits, la independència de les forces polítiques i les pressions comercials, la relació amb els agents de premsa, l'acceptació de regals i d'altres gratificacions per cobrir informacions, entre d'altres. Quant a l'ètica dels mitjans de comunicació des de la perspectiva dels professionals, aquest treball planteja qüestions controvertides quant a les obligacions i a la pràctica del periodisme. De fet, involucra els periodistes en la discussió global i interdisciplinària sobre qüestions ètiques i la regulació en els mitjans per tal de vincular la normativa i les dimensions de la vida real de la conducta professional.

El llibre de Salvador Alsius (ed.) i l'equip d'experts es manté en la línia del nombre creixent de treballs empírics orientats a la pràctica que posen l'èmfasi en l'ètica individual, les percepcions i les interpretacions dels conceptes normatius, juntament amb la conceptualització dels valors morals a bastament realitzada pels filòsofs. Aquests treballs són especialment importants en les condicions professionals canviants, les noves tecnologies i l'evolució del mercat, que plantegen nous dilemes ètics als professionals i requereixen un replantejament constant del marc ètic. Tot i que l'ètica dels mitjans està relacionada amb les normes, els mitjans de comunicació es componen d'individus, i els aspectes ètics dels mitjans de comunicació de masses són l'ètica dels individus (Merrill, Lee i Friedlander 1990). Donsbach (2004) conclou que la major part de la feina dels periodistes tracta d'una qüestió de percepcions, de conclusions i de judicis. Quinn (2007) també destaca la importància de la perspectiva dels professionals respecte de l'ètica dels mitjans, que utilitza una psicologia moral interioritzada dels periodistes. Finalment, Coleman i Wilkins (2010) proposen vincular la recerca i la pràctica dels professionals, i posen èmfasi en la necessitat de comprendre en profunditat el judici ètic i el desenvolupament moral dels periodistes.

Encara que l'estudi presentat al llibre se centra en un període temporal i unes coordenades geogràfiques específiques, contribueix a la discussió global sobre la professionalitat del periodisme i la regulació efectiva. Els autors assenyalen que "els mitjans de comunicació afronten problemes semblants arreu del món", i els periodistes catalans que van participar en l'estudi van experimentar dificultats similars i es van plantejar les mateixes preguntes que els seus col·legues d'altres països. Tal com van esmentar Clifford Christians i Michael Traber (1997) al seu dia, són els anomenats "valors universals" els que funcionen als diversos països i les diferents regions del món, i els valors ètics es forgen independentment de la nacionalitat. Per tant, en referir-se a l'experiència i a les actituds dels periodistes de Catalunya, aquest treball proporciona una valuosa informació per tal de dibuixar el retrat global del periodisme

contemporani. Per als experts, estudiants, investigadors i professionals del periodisme i àrees afins, *The Ethical Values of Journalists. Field Research among Media Professionals in Catalonia* contribueix a comprendre a fons la pràctica dels mitjans de comunicació a Espanya i arreu del món.

Referències

- CHRISTIANS, C.; TRABER, M. (ed.). *Communication Ethics and Universal Values*. Thousand Oaks, CA: Sage, 1997.
- COLEMAN, R.; WILKINS, L. "Moral Development: A Psychological Approach to Understanding Ethical Judgment." A: WILKINS, L.; CHRISTIANS, C. G. (ed.) *The Handbook of Mass Media Ethics*. Nova York: Routledge, 2009, p. 40-54.
- DONSBACH, W. "Psychology of news decisions: Factors behind journalists' professional behaviour". A: *Journalism*, 5(2), 2004, p. 131-157.
- MERRILL, J.; LEE, J. FRIEDLANDER, E. *Modern Mass Media*. Nova York: Harper & Row, 1990.
- PLAISANCE, P. *Media Ethics: Key Principles for Responsible Practice*. Thousand Oaks, CA: Sage, 2008.
- PLAISANCE, P.; DEPPA, J. "Perceptions and Manifestations of Autonomy, Transparency and Harm among U.S. Newspaper Journalists". A: *Journalism & Communication Monographs*, 10(4), 2009, p. 327-386.
- STARCK, K. "What's Right/Wrong with Journalism Ethics Research?". A: *Journalism Studies*, 2 (1), 2001, p. 133-52.
- QUINN, A. "Moral Virtues for Journalists". A: *Journal of Mass Media Ethics*, 22 (2 i 3), 2007, p. 168-186.
- ZELIZER, B. *Taking Journalism Seriously: News and the Academy*. Thousand Oaks, CA: Sage, 2004.