

## RESEÑA

### ÉTICA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: PRENSA, RADIO, TV Y CINE María del Mar López Talavera Editorial UOC, Barcelona, 2016

**Graciela Padilla Castillo**<sup>1</sup>: Universidad Complutense de Madrid. España.  
[gracielopadilla@ccinf.ucm.es](mailto:gracielopadilla@ccinf.ucm.es)

Nos encontramos ante un manual imprescindible y necesario. *Ética en los medios de comunicación: prensa, radio, TV y cine* está orientado a estudiantes y profesionales de ciencias de la información y la comunicación y surge con la intención de aportar contenidos y reflexiones para una correcta resolución de dilemas éticos que se plantean en el ejercicio profesional del periodismo y la comunicación audiovisual.

A lo largo de sus nueve capítulos, se abordan temas de actualidad y aplicación práctica como son, entre otros, el tratamiento ético de informaciones sobre violencia y terrorismo; la publicidad engañosa e información subliminal; la ética de los anuncios televisivos; la influencia de la televisión en los niños; la ética del fotógrafo en prensa y los paparazzi; la deontología del tertulio radiofónico; la importancia de la calidad de los contenidos en televisión; la telebasura y la responsabilidad social del cineasta.

Los primeros capítulos son introductorios. En primer lugar, el lector bucea en los planteamientos históricos del concepto Ethos, comprendiendo su importancia. El segundo capítulo le adentra en la ética aplicada al ámbito de las profesiones y en la diferencia existente entre Ética y Deontología Profesional. El tercer capítulo aterriza en la ética del periodista y del comunicador audiovisual.

A partir del cuarto capítulo, dejamos a un lado las definiciones conceptuales y nos adentramos en un campo eminentemente práctico y destinado a la acción, que es como debe concebirse y enseñarse la Deontología Profesional. La Ética, como cualquier otra ciencia, no solamente requiere de un aprendizaje técnico y teórico, sino también, y sobre todo, práctico, para que aporte una formación integral a la persona.

---

<sup>1</sup> **Graciela Padilla Castillo**: Profesora de Ética y Deontología en Periodismo y Publicidad en la Facultad de Ciencias de la Información, Departamento de Periodismo III, Universidad Complutense de Madrid. Doctora en Comunicación y Licenciada en Periodismo y Comunicación Audiovisual  
[gracielopadilla@ccinf.ucm.es](mailto:gracielopadilla@ccinf.ucm.es)

A tal respecto, el capítulo cuarto desmenuza -uno por uno- el contenido doctrinal de cada uno de los principios generales de Ética Periodística y de la Comunicación Audiovisual y culmina con un amplio repertorio de casos prácticos, todos referentes a este elenco de principios deontológicos, útiles para el debate, reflexión y resolución en el aula.

El quinto capítulo aborda la ética en la fotografía y finaliza con casos prácticos aplicados a esta temática. El sexto, séptimo y octavo capítulos estudian la deontología específica en radio, en televisión y en cine, respectivamente, con casos prácticos específicos en estos ámbitos, mientras el último capítulo redonda en los códigos deontológicos aplicados a la prensa, radio, televisión y cine.

**Graciela Padilla Castillo**