



Carlo Bartoli, Silvia Dadà, Adriano Fabris, Roberto Gronda
Antonio Masala, Flavia Monceri, Veronica Neri
Giovanni Scarafile, Michele Taddei, Sergio Zavoli

Guida alle etiche della comunicazione

Terza edizione

a cura di
Adriano Fabris

anteprima
visualizza la scheda del libro su www.edizioniets.com



Edizioni ETS



www.edizioniets.com

© Copyright 2021

EDIZIONI ETS

Palazzo Roncioni - Lungarno Mediceo, 16, I-56127 Pisa

info@edizioniets.com

www.edizioniets.com

Distribuzione

Messaggerie Libri SPA

Sede legale: via G. Verdi 8 - 20090 Assago (MI)

Promozione

PDE PROMOZIONE SRL

via Zago 2/2 - 40128 Bologna

ISBN 978-884676142-2

Introduzione

Adriano Fabris

Questo libro è la terza edizione, completamente rinnovata, di un testo fortunato che ha conosciuto due altre edizioni nel 2004 e nel 2011, e che è stato ristampato più volte. Nel 2005 la *Guida alle etiche della comunicazione* intendeva essere il primo contributo complessivo in lingua italiana sull'argomento, offrendo – a uso non solo degli studiosi, ma anche degli operatori del settore – un inquadramento dei problemi etici e deontologici relativi ai diversi ambiti comunicativi. Si trattava all'epoca di un testo quasi pionieristico. E come tale era salutato da Emilio Rossi, grande giornalista e indimenticato direttore del TG1 tra il 1976 e il 1980, gambizzato dalle Brigate Rosse, che ne aveva scritto la *Prefazione*.

La seconda edizione, molto più ampia, aggiungeva alla prima la presentazione di altri ambiti d'interesse comunicativo, per i quali, pure, era necessario un approfondimento dei criteri etici e deontologici. Perciò – accanto ai temi, già affrontati nella prima edizione, della comunicazione giornalistica, audiovisiva, digitale, pubblicitaria, pubblica, biomedica, interculturale, d'impresa – venivano introdotte nel testo un'analisi della comunicazione ambientale e delle sue implicazioni etiche, la discussione di aspetti relativi alla comunicazione del bilancio sociale, una trattazione dei codici deontologici considerati sia in generale, sia con riferimento all'agire degli operatori della comunicazione. La seconda edizione della *Guida* ospitava inoltre, accanto alla ristampa della *Premessa* di Emilio Rossi contenuta nella prima edizione, un intenso ricordo dello stesso Rossi (nel frattempo scomparso) scritto da Andrea Melodia, suo collaboratore al TG1 e per molti anni presidente dell'UCSI (Unione Cattolica Stampa Italiana). Il libro, infine, era inaugurato da un importante saggio di Sergio Zavoli dedicato alle *Esigenze etiche e nuovi scenari della comunicazione*. Lo riproduciamo in appendice a questo vo-

lume. Il saggio riprendeva il testo letto da Zavoli all'inaugurazione dell'anno accademico 2010/11 della Scuola dei Master in comunicazione dell'Università di Pisa.

Questa terza edizione della *Guida alle etiche della comunicazione* pubblica, a eccezione del testo di Zavoli, contributi tutti inediti sull'argomento. In parte, certo, gli autori sono gli stessi che nel passato, perché il gruppo di lavoro di cui il libro è espressione ha mantenuto nel tempo, in buona parte, la sua composizione (che si ricollega al C.I.Co.: il Centro Interdisciplinare di ricerche e di servizi sulla Comunicazione del Dipartimento di Civiltà e Forme del Sapere dell'Università di Pisa). Ma i temi affrontati sono stati rivisti, aggiornati, integrati, specialmente alla luce dei più recenti sviluppi delle tecnologie comunicative.

Non si potevano non trattare nuovamente, com'è ovvio, gli aspetti etici della comunicazione giornalistica, dei media audiovisivi, delle Information and Communication Technologies (ICTs), della comunicazione pubblica, pubblicitaria, biomedica, interculturale. Sono gli argomenti che ritroviamo nelle precedenti edizioni, spesso affrontati dagli stessi autori. Ma essi vengono riproposti, ripeto, tenendo conto anche delle ulteriori sfide etiche che le tecnologie, applicate a tali ambiti, necessariamente comportano. Pensiamo per esempio all'impatto sulle nostre vite dei programmi automatizzati, nonché di dispositivi sempre più capaci d'interagire con le nostre scelte, se non addirittura di orientarle, creando essi stessi flussi comunicativi. Oltre ai capitoli che affrontano questi temi troviamo nel libro altri capitoli, in precedenza assenti, sulla comunicazione politica e su quella scientifica, e sulle loro implicazioni etiche. Ciò si giustifica anche alla luce dei recenti eventi che ci hanno coinvolto e che continuano a interessarci. Pensiamo ai problemi di etica della comunicazione scientifica che si sono imposti, insieme al ruolo decisivo giocato dagli esperti, in rapporto alla gestione della pandemia.

Il gruppo di ricerca, del cui lavoro questa edizione della *Guida alle etiche della comunicazione* presenta i risultati, si è consolidato ed è stato integrato anche in relazione ai progetti specifici a cui esso ha partecipato e per cui ha ricevuto supporto. Mentre le precedenti due edizioni del libro rappresentavano l'esito, in buona parte, del lavoro di approfondimento e di formazione svolto all'interno della Scuola dei Master in comunicazione e dello stesso C.I.Co., la terza edizione è il frutto di una serie di lavori che hanno avuto sempre nel

C.I.Co. il loro centro propulsore, ma che si sono sviluppati grazie a una serie di finanziamenti ottenuti all'interno dei PRA (Progetti di Ateneo) dell'Università di Pisa (Progetto: *Etica, scienza, democrazia*) e dei PRIN (Progetti di Interesse Nazionale) del Ministero dell'Università e della Ricerca (Progetto: *New Challenges for Applied Ethics*).

In ogni caso l'obbiettivo della *Guida*, nelle sue varie edizioni, non è mutato. Si tratta sempre di offrire un orientamento generale concernente le *etiche* elaborate nei vari contesti comunicativi. Il plurale "etiche" si riferisce dunque – come veniva ribadito nelle precedenti *Introduzioni* – ai molteplici ambiti di applicazione, non già alla pluralità dei principî morali che, nelle varie attività di comunicazione, possono essere assunti. In più il libro ha l'ambizione, come pure in precedenza veniva sottolineato, di far riflettere in maniera critica sulle motivazioni che sono alla base di tali diverse pratiche. Ciò, anche, al fine di rimetterle in discussione e di aprire nuovi orizzonti che possano spingere all'esercizio di un agire comunicativo davvero responsabile: guidati dalla consapevolezza che solo in tal modo possono essere compiute scelte adeguate, anche nel contesto della comunicazione, sia da parte di professionisti e operatori, sia da parte dei semplici fruitori dei vari *media*.

Indice

Adriano Fabris <i>Introduzione</i>	5
Carlo Bartoli <i>Etica e giornalismo</i>	9
Giovanni Scarafile <i>Etica dei media e dell'audiovisivo</i>	29
Adriano Fabris <i>Etica e ICTs</i>	51
Michele Taddei <i>Etica e comunicazione pubblica</i>	73
Veronica Neri <i>Etica e comunicazione pubblicitaria</i>	101
Antonio Masala <i>Etica e comunicazione politica</i>	125
Roberto Gronda <i>Etica e comunicazione scientifica</i>	149
Silvia Dadà <i>Etica e comunicazione biomedica. La relazione tra medico e paziente</i>	175
Flavia Monceri <i>Etica e comunicazione interculturale</i>	201
Sergio Zavoli <i>Appendice Esigenze etiche e nuovi scenari della comunicazione</i>	223



Comunicazione e oltre

L'elenco completo delle pubblicazioni
è consultabile sul sito

www.edizioniets.com

alla pagina

<http://www.edizioniets.com/view-Collana.asp?col=Comunicazione e oltre>



Pubblicazioni recenti

25. Adriano Fabris [a cura di], *Guida alle etiche della comunicazione. Terza edizione*, 2021, pp. 240.
24. Paolo Bertetti, Giuseppe Segreto [a cura di], *Transmedia branding. Narrazione, esperienza, partecipazione*, 2020, pp. 152.
23. Veronica Neri, *Etica e sfera pubblica nella società dell'informazione e della comunicazione*, 2020, pp. 152.
22. Maria Cristina Addis, Alessandro Prato [a cura di], *Le forme della persuasione e il sistema dei media*, 2020, pp. 144.
21. Marco Antonelli, *Le politiche anticorruzione tra istituzioni pubbliche e impegno civico. Confini, intersezioni, coordinamento*, 2020, pp. 68.
20. Stefano Gensini, *Apogeo e fine di Babele. Linguaggi e lingue nella prima modernità*, 2016, pp. 140.
19. Filippo Ceretti, Massimiliano Padula, *Umanità mediale. Teoria sociale e prospettive educative*, 2016, pp. 82.
18. Isabella Pezzini, Lucio Spaziantè [a cura di], *Corpi mediali. Semiotica e contemporaneità*, 2014, pp. 262.
17. Arturo Martone, *Mettere (in) bocca. Sei studi semiolinguistici*, 2013, pp. 220.

Edizioni ETS

Palazzo Roncioni - Lungarno Mediceo, 16, I-56127 Pisa

info@edizioniets.com - www.edizioniets.com

Finito di stampare nel mese di ottobre 2021