

El libro del trimestre

Enrique BONETE PERALES (coord.).

— *Éticas de la información y deontologías del periodismo.*

Tecnos, Madrid, 1995.

Ángel Barahona

Miembro del Instituto E. Mounier.

«Cuando la libertad de información se convierte en pieza clave de toda sociedad democrática, cuando las diversas funciones sociales son continuamente atacadas por el poder político, cuando la vida privada de tantas personas está sujeta a la investigación periodística, cuando los mensajes de los medios de comunicación bombardean las mentes y los corazones de tantos miles de personas, no es extraño que las exigencias de responsabilidad moral a la profesión periodística —en sus múltiples dimensiones— crezca considerablemente. Prueba de esta toma de conciencia, al menos en nuestro país, son los recientes códigos deontológicos que los propios profesionales del periodismo han elaborado, con no escaso debate interno... nos dice la presentadora del libro M^a Teresa Aubach (Decana de la U. Pontificia de Salamanca).

Enrique Bonete, del cual partió la idea en el contexto del I Congreso Internacional sobre «Comunicación y Pluralismo» organizado por la citada universidad en 1993 es el coordinador de una serie de artículos encabezados por su propia introducción «De la ética filosófica a la deontología periodística», que ilumina y centra todos los que le siguen. La idea básica consiste en acercar la ética teórica al escurridizo mundo de la ética aplicada o práctica. Ciertamente que del dicho al hecho hay un largo trecho, pero no puede dejarse de saltar el trecho por muy abismal que sea —y más tratándose de un libro casi didáctico para todo profesional y para todo aspirante a serlo— entre cada uno de los dos términos del dilema. Los comentarios de Enrique Bonete a los códigos deontológicos no tienen desperdicio. Su defensa de la necesidad de una

seria reflexión ética para paliar las lagunas que las ciencias han dejado, desde los albores del s. xx, al intentar dar cuenta del fenómeno moral humano, está a la orden del día. Son las propias ciencias las que están reclamando «principios y criterios morales» para orientarse en ese complejo bosque de la práctica científica. Sin embargo, es en el periodismo donde más relevancia adquieren los análisis morales. La búsqueda de un *ethos* moral moral, una manera moral de ser profesional, es el objetivo de los códigos deontológicos, más que inculcar deberes y normas, aun cuando el profesor Enrique Bonete no deseché el considerar que hayan de buscarse esos deberes y normas, trayéndolos a colación del trasfondo de la conciencia moral y de un acuerdo sobre la antropología fundamental de la que parte la reflexión ética. La libertad y la responsabilidad están presentes al viejo estilo kantiano como condiciones de toda acción moral. Los valores, las virtudes y las normas tienen que tener un lugar primordial en los códigos deontológicos y ninguno de estos aspectos puede darse sin el otro, si queremos preservar la complejidad del problema sin trastocar la *dignidad de la persona*, que es en definitiva el tesoro a guardar y defender por toda deontología. A partir de estos presupuestos teóricos se nos propone una ética «prescriptiva» de la información, una ética «descriptiva» y una ética «lingüística» que contemple una «responsabilidad sintáctica, semántica y pragmática», y que forje en la profesión periodística una «conciencia servicial», y una «interiorización de los códigos», teniendo siempre como horizonte esa susodicha «*dignidad de la persona*».

Después siguen capítulos, no menos interesantes, tanto teóricos como prácticos, empezando por el de la catedrática de Filosofía del Derecho de la U. de Barcelona y Presidenta de la Comisión especial de Contenidos Televisivos del Senado, Victoria Camps: *El lugar de la ética en los Medios de Comunicación*. En este artículo se valora la dicotomía que se presenta ante la responsabilidad y la autonomía que son exigibles a los medios de comunicación, y el poder del dinero del que dependen para su funcionamiento, que amenaza, a veces, el valor imponderable de la libertad y el derecho del niño a no ser manipulado. Acaba abogando por una ética práctica que ejerciendo su función de control sobre los medios pueda además seguir haciéndolos rentables.

Adela Cortina, catedrática de Ética de la Universidad valenciana, reclama una *ética discursiva* que se introduzca en los diferentes aspectos de la realidad en una sociedad democrática y pluralista: educación moral, bioética, ética política, empresarial y, por supuesto, ética de la información.

Carlos Díaz, con su agudo espíritu crítico, denuncia las carencias y defectos de los medios de comunicación desde su inequívoca perspectiva personalista. La relación, la comunicación y el *encuentro*, dimensión, esta última, abierta al misterio de la relación personal y a lo verdaderamente importante: el amor. De esta forma los medios de comunicación tienen que tener como condición previa su función «servicial», considerando al hombre como un fin en sí mismo y no como un medio para sus propios fines, sean del tipo que sean.

Agustín Domingo Moratalla, ahora profesor de la Universidad de Valencia, extrae las implicaciones prácticas de la *ética hermenéutica*. La hermenéutica es uno de los aspectos básicos de la información y, por tanto, reclama responsabilidad en su ejercicio, una base dialógica universalizable que tienda a formar comunidades de personas críticas, maduras, no instrumentalizables, históricas.

José R. Flecha catedrático de Teología Moral de la U. de Salamanca, aporta las implicaciones que, para una ética de la información, obtiene de los principios éticos cristianos, entresacados de los documentos de la Iglesia a este respecto.

L. Rodríguez Duplá, profesor de Ética de la Facultad de Ciencias de la Información, de la anteriormente citada universidad, acerca el pensamiento platónico-aristotélico a la práctica del periodismo sobre la base del principio de que «*el fin justifica o no los medios*».

Jesús Conill, de la U. de Valencia, acomete la relación de los medios con la organización financiera y empresarial que los sostiene y, por tanto, del difícil problema de los criterios morales que deben subyacer a toda empresa dedicada a la información.

El libro consta de una segunda parte en la que se recogen los diferentes códigos deontológicos (nacionales —periodistas de Cataluña, y FAPE— y supranacionales —el de la FIP, el de la UNESCO, el del Consejo de Europa, y el de ALPET—) que son comentados por E. Bonete, N. Blázquez, M. Núñez Encabo, J. Pernau, A. Petit, J. A. Prieto, E. Quesada, buenos conocedores de los entresijos y dificultades de su redacción.

El corolario lo acredita el artículo del profesor de la U. Pontificia y Miembro de la Real Academia de Ciencias Morales y Políticas, Olegario González de Cardedal, «Carta a un periodista amigo» en donde destaca el criterio de valorar la profesionalidad de un buen periodista: amor a la verdad, respeto a los hechos, conocimiento profesional de un aspecto de la realidad, sensibilidad hacia los problemas del hombre, libertad ante los poderes fácticos, y confianza y gozo de la propia profesión.

El libro entero es un buen manual de sugerencias, de reflexiones cuidadosas, de críticas necesarias, de una pertinente actualidad. Resulta imprescindible para todo profesional de los medios, así como para cualquier ciudadano con un mínimo de sensibilidad ética. **A**