RESEÑA / REVIEW
RECIBIDO / RECEIVED
1 de mayo de 2016
PÁGINAS / PAGES
De la 347 a la 349
ISSN: 1885-365X

FICHA DEL LIBRO / CREDITS

Ética en los medios de comunicación: Prensa, radio, tv y cine

AUTORES / AUTHORS
LÓPEZ TALAVERA, María del Mar

EDITORIAL / PUBLISHING COMPANY
UOC. Barcelona, 2016. 218 páginas. ISBN: 978-8491162407

Como señala el catedrático Porfirio Barroso en el prólogo del libro, la formación ética de los profesionales de los medios resulta prioritaria no sólo por la exigencia del cumplimiento del código deontológico a la que está obligado cualquier profesional, sino también porque la incidencia de los medios de comunicación en todos los ámbitos de la vida personal y social requiere del ejercicio de criterios racionales que guíen los juicios éticos por encima de gustos, ideologías o emociones. El libro que la doctora Mar López Talavera acaba de publicar resulta así un compendio claro y práctico de los debates éticos que suscita el ejercicio de la función de comunicador, claramente dirigido a la docencia y el estudio de esta disciplina.

El libro destaca por las cualidades propias de un manual: didáctico, claro y muy pedagógico. No busca ser un compendio de erudiciones, de esas que parecen hechas únicamente para demostrar que el autor ha manejado mucha bibliografía, pero que oscurecen los contenidos en vez de aclararlos. Cada uno de los capítulos tiene una exposición clara y sistemática de los contenidos y se concluye con una bibliografía básica actualizada, además de aportar casos prácticos para el análisis y aplicación de lo explicado previamente.

Analizaré a continuación, si bien brevemente, los contenidos principales del libro, en orden a mostrar una visión de conjunto del mismo y señalar aquellos aspectos que considero más relevantes. Como es lógico, dedica el primer capítulo dedicado a la ética en general y a señalar no sólo la importancia de la ética, sino también la relevancia del planteamiento aristotélico de la misma, ya que "él es uno de los primeros filósofos en establecer una teoría del bien y de la justicia en el marco de las relaciones humanas y en el marco de la propia conciencia individual" (p.30). No cabe duda de que este punto de partida es el más sistemático y que sigue mostrando hoy toda la fuerza y coherencia de su planteamiento para una genuina ética cívica, tanto en lo personal como en lo profesional y social.

El segundo capítulo ("Hacia una ética profesional") aclara la relación entre ética profesional y deontología, remarcando cómo no puede quedar reducida la primera a la segunda, ya que "la moral profesional confiere estatus, identidad y motivo de ser a una profesión para que no se desvirtúe o deje de ser lo que está llamada a ser" (p.40). Queda así de manifiesto que, aunque el último capítulo del manual, el noveno, se dedique a los códigos deontológicos en las distintas áreas de la comunicación, el enfoque del libro supera el reduccionismo formalista del deontologismo para elaborar su propuesta desde una ética profesional anclada en la conciencia de la persona, esto es, en el profesional del medio, no en las reglas ajenas que tratan de amoldar desde fuera unos comportamientos.

El capítulo tercero, bastante breve, está redactado pensando claramente en los alumnos y en sus objeciones más espontáneas sobre la conveniencia o no de la ética. Es una especie de cuadro con dos columnas, razones para ser ético y razones para no serlo. Haberlas, haylas, está claro. En los dos lados. La ética empieza a ejercitarse en la elección de la columna en la que quiere situarse uno, sin duda.

Y a partir de esa elección, se impone la necesidad de articular los "principios de la ética periodística y de la comunicación audiovisual", lo que se desarrolla con todo detenimiento en el capítulo cuarto. Estamos ante el núcleo teórico del manual, en el que se abordan las grandes cuestiones disputadas con las que todo profesional de la información y la comunicación va a tener que vérselas diariamente. Desde el punto de vista cuantitativo, este tema ocupa casi la mitad de las páginas. Seguramente habrá quien considere desproporcionado este volumen, y preferiría optar por un reparto más equitativo de los contenidos. Sin duda podrían haberse dividido los temas de otra manera, de modo que pudieran equilibrarse las páginas de cada uno. Pero no es menos cierto que tal manera de razonar olvida que un tema no se define por el número de páginas que ocupa, sino por la unidad teórica de lo que aborda. Y en ese sentido, creo que el manual opta, acertadamente, por una división más acorde con los contenidos. Si otra de las virtudes del manual es su aplicación a las distintas áreas de la comunicación, es preciso ver primero de manera unitaria todos los principios para pasar a continuación a considerar sus aplicaciones por campos específicos.

Viendo con un poco más de detalle este amplio capítulo cuarto, tras la exposición de los derechos y deberes del periodista y comunicador audiovisual, encontramos que nos va presentando los grandes temas calientes de la ética profesional articulados precisamente como grandes principios, no como temas debatidos, ni como normas ajenas o externas. De hecho, son las mismas grandes cuestiones que aparecen en todos los códigos deontológicos, por ejemplo. Sin embargo, el acierto de tratarlos como principios los despoja de esa posible visión formalista, de lo que me viene definido desde fuera, para convertirlos en criterios propios de decisión y acción.

Este enfoque, desde el punto de vista de la docencia de la asignatura, tiene la virtud de apuntar directamente al debate sobre el alcance del principio y el modo de aplicación del

AGEJAS ESTEBAN, José Ángel. Reseña de "Ética en los medios de comunicación: prensa, radio, tv y cine" de LÓPEZ TALAVERA, María del Mar. *Comunicación y Hombre*. 2016, nº12. pp. 347-349.

mismo, puesto que tales son los bienes que han de guiar la labor del profesional: integridad, dignidad, responsabilidad, primacía del bien común e interés público, defensa la libertad de información, protección de la infancia, tratamiento de la violencia, cláusula de conciencia… Concluye el capítulo nada menos que con 18 casos prácticos, con sus enunciados y preguntas de análisis.

La última parte del libro, de los capítulos 5 a 9, se dedica a la aplicación de los principios a áreas concretas del ejercicio de la profesión: fotografía en prensa, radio, televisión, cine y códigos deontológicos.

Una vez más, creo que es muy oportuno esto modo de abordar las cuestiones, pues los problemas éticos que plantea, por ejemplo, el uso de la fotografía informativa no tienen por qué estar vinculados, necesariamente, con la violencia o la violación de la intimidad. Una vez establecidos esos principios en el tema anterior, el modo de afrontarlos desde el ejercicio del fotoperiodismo, o de la realización radiofónica o de la programación televisiva, el uso de las cámaras o la ética específica de la ficción cinematográfica, va vinculado con los retos propios de cada medio, sus fines particulares y sus herramientas específicas. Me parece que es un planteamiento muy sugerente, y desde luego, muy pegado al ejercicio diario de la profesión, por lo que se trata de un manual muy indicado para la docencia de esta asignatura.

Por AGEJAS ESTEBAN, José Ángel
Universidad Francisco de Vitoria
Madrid, España

AGEJAS ESTEBAN, José Ángel. Reseña de "Ética en los medios de comunicación: prensa, radio, tv y cine" de LÓPEZ TALAVERA, María del Mar. *Comunicación y Hombre*. 2016, nº12. pp. 347-349.