



Ética de la comunicación

Del Prado Flores, R. (2018).
Ética de la comunicación.
Barcelona, España: Gedisa-Universidad
Anáhuac México.

Analí Sánchez Paredes
Universidad Anáhuac México
Av. Universidad Anáhuac núm. 46, Col. Lomas Anáhuac,
C.P. 52786, Huixquilucan, Estado de México

ilana404@yahoo.com.mx

Editor: Rogelio del Prado Flores

<https://doi.org/10.36105/stx.2019n3.09>

El autor del libro *Ética de la comunicación* es el Dr. Rogelio Del Prado Flores, quien es Doctor en Filosofía, integrante del Sistema Nacional de Investigadores, autor del libro *Políticas para la justicia y la comunicación. Más allá del pragmatismo y la deconstrucción*; coordinador de los libros *Ética y los derechos de las audiencias*, *Ética y redes sociales* y *Humanizar la tecnología*; y cocoordinador de la *Teoría a la práctica*. Es profesor investigador de la Universidad Anáhuac México e integrante del Centro de Comunicación para la Comunicación Aplicada (CICA).

En cada una de las clases que tomé con el Dr. Rogelio del Prado en el Doctorado de Investigación de la Comunicación, admiré, siempre, la inigualable pasión que tiene por compartir con sus estudiantes sus conocimientos y saberes filosóficos, tomando en cuenta a la ética como un imperativo categórico y la búsqueda del bien común. El libro da cuenta de todo ese saber y lo comparte con nosotros con el propósito de que aquello trascienda, no solo comunique.

En el prólogo, el Dr. Alberto Montoya Martín del Campo, enfatiza que es necesario redefinir las responsabilidades de los antiguos y nuevos medios de comunicación, la crítica de la posverdad, la pedagogía para educar en el entorno hiperdigitalizado, la superación del

materialismo vulgar consumista, los deberes y responsabilidades de participación en los asuntos públicos, la crítica a toda manipulación de la opinión pública, el cuestionamiento del egoísmo materialista de *pasarla bien*, y la crítica de las decisiones públicas de los gobernantes, entre otras cuestiones candentes de nuestro tiempo (p. 29); y precisamente, el Dr. Rogelio Del Prado, en siete capítulos, expresa su preocupación por el futuro de la humanidad ante la crisis de la posmodernidad, esa preocupación que es la de todos.

En “Posmodernidad e hipermediaciones”, el Dr. Del Prado afirma que tenemos que fortalecer la conciencia de interdependencia de destinos, la solidaridad mundial comienza con la solidaridad del género humano, sobre todo, la responsabilidad que tenemos con los menos aventajados, con los excluidos del Estado-nación, con los millones de personas que viven en pobreza. La globalización hay que verla como un desafío ético, no sólo como el tiempo en que las distancias se acortaron, sino como el punto donde la conciencia moderna se quiebra y nos reclama responder por el otro, todo ser humano tiene derecho a una vida digna, a las mismas oportunidades de crecimiento y desarrollo (pp. 57-58).

En el capítulo “La condición existencial del comunicador humanista” se cuestiona sobre los nuevos desafíos y menciona que se debe optar por la vía de la fundamentación del pensamiento, el compromiso no sólo con la verdad sino además con el mejor bien posible para la sociedad, o bien, adoptar el camino del relator de hechos más o menos contextualizados (p. 78).

En el capítulo 3 dos de las interrogantes expuestas son ¿en qué consiste un sano pluralismo? ante la verdad *versus* la opinión; y ¿por qué no nos cuestionamos sobre lo que hoy estamos haciendo con la información, por qué se nos hace normal recibirla de manera entretenida y graciosa dentro de los medios movilizados por el mercado? Para lo que contesta, que no sólo el comunicador tiene una responsabilidad ética, sino que el público tiene la responsabilidad de saber leer, saber escuchar, saber ver (pp. 88-89). Se lleva a cabo una genealogía de la verdad desde los griegos y se afirma que en la época en que la información se reviste de entretenimiento y da lugar a comentarios poco fundados; donde la información es el producto que se comercializa para la publicidad invasiva, la información tiene un costo que hay que pagar (p. 127), una sociedad pasiva y adormecida, esto se puede combatir con la confianza en sí mismo, examinar, evaluar y analizar lo que uno mismo hace (p. 128).

“Los contextos, campos y capitales del profesional de la comunicación” se abordan en el capítulo 4, donde se alude a que al sujeto le toca en buena parte resolver las contradicciones del sistema que se multiplican cada año. Las recurrentes crisis económicas y el desencanto ante la democracia no ayudan a mantener una confianza en el futuro (p. 129); y el contexto para los profesionistas es desalentador, pues se enfrentan a la competencia, rivalidad, deslealtad, denuncia, a la escasez de trabajo, al trabajo mal pagado, a la depresión; mientras él

busca oportunidades de acceso al campo profesional, a un salario digno, a ser tomado en cuenta, quiere proponer cambios, innovar y crear (p. 136). En este apartado se exponen las características de las leyes generales del campo profesional de acuerdo con Bourdieu; así como a los diferentes tipos de capitales, el cultural, económico, social, político y simbólico.

En la actualidad, lo relacionado con entretenimiento se vincula con embrutecimiento, violencia, muerte; no obstante, en el capítulo “Ética del entretenimiento”, el Dr. Del Prado lo retoma como una necesidad vital de atenuar, transformar y recrear las emociones negativas, para llevar a las personas a ejercitarse junto con los otros por medio del juego y, entonces, se expresan los vínculos comunitarios (p. 160); por lo que puede ser propositivo, terapéutico, integrador, crítico y formativo (p. 173); cuando el entretenimiento es organizado para colaborar en una causa, puede contribuir a concientizar la importancia de buscar el desarrollo de los demás seres humanos, crear lazos sociales entre generaciones, a humanizarse junto con el prójimo, fomentar la amistad y cooperación gratuita (p. 176).

En el capítulo 6 se enfatiza la importancia de establecer códigos deontológicos en todos los campos profesionales, teniendo siempre como propósito la construcción del bien común, la generación de una riqueza en función de que la persona lleve una vida digna, la responsabilidad con el prójimo, el principio superior de la infancia, el derecho a recibir información real, a la intromisión y especulaciones de la vida privada; a la libertad de expresión, libertad de prensa.

Finalmente, en “Ética y comunicación digital” el Dr. Del Prado se pregunta ¿qué tipo de comunicación construye la *aldea global*?, a lo que responde: La sociedad conectada a internet es como un enjambre, mientras que la comunicación tiene la forma de aluviones de luminiscencias más o menos vectorizados. Los contenidos son heterogéneos y contingentes, la memoria es llevada al límite en la interacción digital. La simultaneidad produce la necesidad de transparencia: la exposición de lo íntimo, sin lugar para el secreto. La adicción a la hiperactividad lleva a la dependencia de experiencias vertiginosas (p. 202). Concluye mencionando que el uso imprudencial y desmedido de la producción técnica de la imagen propicia una comunicación obscena, invasiva, que no respeta nada, el deseo impúdico de la transparencia de la intimidad (p. 210); y retoma a la mediología como ayuda para comprender la importancia de la prudencia, a mirar con recelo crítico las supuestas bondades que acarrea la comunicación por internet (p. 209).