

[PORTADA](#)[INFORMACIÓN GENERAL](#)[CONSEJO EDITORIAL](#)[ENVÍO DE ORIGINALES](#)[NÚMEROS ANTERIORES](#)[INDEXACIÓN BASES DE DATOS](#)[CREATIVE COMMONS](#)[BÚSQUEDAS](#)[CONTACTO](#)

Google DENTRO DE C&S

OK

[Reseña /](#)

Mónica Codina

Información, ficción, persuasión. ¿Es la ética una utopía? Actas de las XVI Jornadas Internacionales de la Comunicación

Ediciones Eunote, Pamplona, 2002, 312 pp..

La preocupación por la ética en el ámbito específico de las diferentes profesiones está en auge. El libro que nos ocupa versa sobre la ética en las profesiones del área de la comunicación, sustentadas sobre ese trípode que constituyen la información, la ficción y la persuasión. La obra recoge las intervenciones de profesionales y académicos que, bajo la forma de ponencias y comunicaciones, tuvieron lugar entre el 8 y el 9 de noviembre de 2001 en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra, en el marco del XVI Congreso Internacional de la Comunicación. Mónica Codina, la editora del nuevo libro y secretaria general de las Jornadas que le han dotado de contenido, ha orientado su carrera académica hacia la deontología especializada en el entorno comunicativo. Este interés tuvo un fruto hace un par de años con la publicación de un libro coordinado por ella y que bien puede ser considerado como una obra complementaria de la aquí reseñada. De la ética desprotegida, ensayos sobre la deontología de la comunicación es su título, y el hilo vertebrador de los trabajos expuestos radicaba en una pregunta: ¿es posible la ética para los profesionales de la comunicación? (cfr. la reseña en *Comunicación y Sociedad*, vol. XIV, nº 2, diciembre de 2001, pp.188-190). La anterior pregunta estuvo también en el planteamiento inicial que se hizo a los participantes en el Congreso de la Universidad de Navarra, y que la editora expone en la presentación del libro que ve la luz: "La Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra ha querido invitar a la reflexión conjunta entre académicos y profesionales acerca de las exigencias éticas del ejercicio profesional: ¿pueden los profesionales de la comunicación aportar algunos valores a la sociedad contemporánea?, ¿las deficiencias deontológicas no ponen en peligro el sentido mismo de la profesiones de comunicación?" (p. 9). Los intentos de respuesta correspondieron a abundantes ponentes y comunicantes. Las seis ponencias se agrupan en la primera parte del libro, mientras que la segunda parte integra las diecinueve comunicaciones que se expusieron en el congreso. Como se ve, la estructura de la obra es muy sencilla y en ella no prima un orden temático, sino jerárquico: en primer lugar las ponencias, consideradas más importantes, y, por último, las comunicaciones. Realmente es muy difícil dotar de otra estructura a una obra fruto de las aportaciones a un congreso, ya que las miradas con las que los autores enfocan la cuestión planteada presentan una heterogeneidad bastante acusada. Este es, sin duda, uno de los mayores problemas: la pérdida de unidad. El libro es una recopilación de asuntos tan diversos entre sí que tan sólo tienen como nexo la referencia –lejana en alguna de las aportaciones– a la ética en los diferentes y ya de por sí amplios ámbitos de la comunicación. Evidentemente, el problema es difícilmente superable en cualquier obra colectiva de este tipo; además, en el caso que nos ocupa el planteamiento era lo suficientemente abierto para que ningún interesado en el tema pudiera sentirse soslayado. Centrando la atención en las ponencias destaca la del británico Peter Cole, veterano periodista y actual director del Departamento de Periodismo en la Universidad de Sheffield. Cole expone el caso de la Press Complaints Commission, una institución nacida en el Reino Unido como un instrumento de autorregulación de la prensa precisamente para frenar la regulación. Sobresale también la aportación de Armando Fumagalli, profesor de Semiótica y consultor de guiones, que habla sobre la necesaria unidad de la ética en las profesiones de Comunicación. Por otro lado, debido a la variedad antes mencionada, es difícil esbozar un panorama temático de las comunicaciones publicadas. A grandes rasgos y como botones de muestra, las comunicaciones versan sobre asuntos tan dispares como los estereotipos publicitarios y sus connotaciones éticas, la publicidad en sentido más genérico, las repercusiones morales que los atentados del 11 de septiembre tuvieron en los medios de comunicación, las implicaciones éticas de las nuevas tecnologías de la información y también las viejas técnicas periodísticas que afectan a la forma de trabajar del comunicador. Cabe mencionar que incluso sendas aportaciones estudiaron temas tan curiosos como la publicidad del Tarot o Pokémon, la exitosa serie japonesa de dibujos animados. En definitiva, *Información, ficción, persuasión. ¿Es la ética una utopía?* constituye un panorama amplio de aportaciones –la otra cara de la moneda de la heterogeneidad– que esboza una guía útil sobre los temas relacionados con la deontología de la comunicación que más preocupan en la actualidad a profesionales y académicos. Lástima que no se haya reflejado en el libro la experiencia de diálogo vivida en Pamplona por los participantes en el XVI Congreso Internacional de la Comunicación. Este es quizá el gran reto para los editores de actas de congresos, es decir, conseguir plasmar sobre el papel el enriquecimiento que para las aportaciones de los autores supone la propia dinámica de un evento como las Jornadas de la Universidad de Navarra.

Ricardo ZUGASTIrzugasti@usj.es[arriba](#)