

to y los cuestionarios para el trabajo de grupo resultan, me parece, acertados. En el desarrollo de algunos temas hubiera sido deseable una mayor claridad y concreción, por ejemplo en el de la paternidad responsable a la hora de la formación de la conciencia en el caso de un hipotético conflicto de valores.

Augusto Sarmiento

Joan FONTRDONA FELIP - Manuel GUILLÉN PARRA - Alfredo RODRÍGUEZ SEDANO, *La ética que necesita la empresa*, «Colección Ensayos» (AEDOS), Unión Editorial, Madrid 1998, 158 pp., 10 x 18, ISBN 84-7209-332-8.

En el ámbito de la ética de la empresa, en el que la bibliografía es cada vez más abundante, este breve ensayo representa un intento de conectar las grandes propuestas o enfoques generales de la ética con el mundo de la dirección y organización empresarial. El título, que en una primera lectura puede resultar algo pretencioso, quiere indicar precisamente esto: una labor de rastreo entre las distintas versiones académicas de la ética que permita establecer aplicaciones al campo de la organización empresarial.

Así, la primera parte del libro arranca de una afirmación fundamental: la necesidad de encontrar una «visión integral de la ética». Esa integralidad viene definida por la atención a tres dimensiones irrenunciables de toda propuesta que no quiera ofrecer una versión reducida de la acción humana: los bienes, las normas y las virtudes. De ahí que los autores se detengan en una panorámica de esas reducciones, distinguiendo entre «planteamientos unilaterales» y «planteamientos intermedios».

Una vez desbrozado el camino, la segunda parte trata de avanzar hacia una integración de la dirección de empresas y de la ética. Y el modo de proceder es también el de un recorrido por las distintas posiciones, desde las que ponen el acento en la calidad moral del directivo, o en la responsabilidad social, hasta la teoría de los *stakeholders*, con alguna atención a los distintos enfoques de las teorías de la organización.

Tanto por la temática tratada como por el perfil intelectual de los autores, que combina la formación filosófica con la de carácter económico y empresarial, el libro puede interesar a todos aquellos que se ocupan de la dimensión ética presente en todo el espectro de la acción económica y, en particular, en el campo de la acción empresarial.

Rodrigo Muñoz

Aurelio FERNÁNDEZ, *El mensaje moral de Jesús de Nazaret*, Palabra, Madrid 1998, 395 pp., ISBN 84-8239-254-9.

Distanciándose de la estructura típica de los manuales clásicos, el autor pretende una exposición de los contenidos éticos más característicos del mensaje moral vivido y predicado por Jesús. El libro, aunque fruto de unas clases impartidas hace ya veinticinco años, no pierde actualidad en el debate ético de hoy.

El marco en el que se encuadra la propuesta del autor es el de describir la doctrina moral católica, tomando como punto de referencia una ética civil —consensuada, de mínimos—, que tiene por base la conciencia de crisis moral en la sociedad. Todo esto afecta no sólo a la ética filosófica, sino también a la moral católica; de ahí el interés de Fernández por aclarar el contenido de esta doctrina moral. Pero dado que el ser