

nº  
02

## DE LAS IDEOLOGÍAS A LA EXPERIENCIA DE LO REAL

PREPUBLICACIÓN

Prepublicación del número 2 de *Relecciones*

RESEÑA DE

**“Una comunicación al servicio del hombre”  
de BRU ALONSO, Manuel María**

Reseñado por  
AGEJAS ESTEBAN, José Ángel

# Una comunicación al servicio del hombre

**Autor / Author**

**BRU ALONSO, Manuel María**

**Editorial / Publishing company**

**Editorial Ciudad Nueva. Madrid, 2013. 198 pp.**

**E**l genial e ingenioso escritor-periodista que fue G.K. Chesterton insistía en que los libros «son un símbolo, representan la impresión que el hombre tiene de la existencia, y puede sostenerse al menos esto: que el hombre que ha llegado a preferir los libros a la vida es un maniático del mismo tipo que el avaro [que ha llegado a preferir el dinero que lo que con él se puede adquirir]. Un libro es sin duda, un objeto sagrado. En él están las mayores joyas encerradas en el cofre más pequeño». Algo de ese tipo de joyas tiene este pequeño ensayo, que representa la impresión que el autor tiene de la existencia: de la del sujeto personal metido a periodista, la del hombre nuevo que cree que puede apartar su granito de arena para contribuir a que se hagan nuevas todas las cosas. De este modo podemos sumergirnos en sus páginas como están concebidas y presentadas: como itinerarios vitales y personales, no como abstracciones ajenas.

Es importante tener en cuenta, por tanto, que si hay algo nuevo que aportar a la reflexión sobre el periodismo y la ética de las comunicaciones sociales en general, será la que brota de una novedad que brota de la contemplación de la realidad con la luz que arroja sobre ella la integración de la fe como complemento a la razón. En este libro se nos presenta así esta novedad genuina del ejercicio ético del periodismo, aquella que surge de una ciencia y una técnica vistas desde el lado redimido, no del lado del pecado. Del lado de la persona que busca encontrarse con y mejorar la realidad, no del lado del individuo que se inhibe de sus responsabilidades y se siente pieza de uno de los engranajes de los grupos en lucha por el poder.

Por tanto, lo mejor que a mi juicio puedo decir de este libro es que provoca un encuentro, que hace bella la profesión periodística, tan denostada y maltratada, por tirones y troyanos. Es decir, tanto por los que sufren el mal periodismo y los que lo hacen. Porque el desprestigio del periodismo no es un fenómeno social, es un fenómeno personal: cuando no hay unidad de vida, coherencia, no puede haber buenos periodistas, porque el buen hacer surge del buen ser. Y vivir o ejercer la profesión asentado en el fragmento no es una buena estrategia.

Digo esto porque es lo que resume mi impresión general tras la lectura atenta y

deleitosa del libro. Y encontrarlo me ha alegrado bastante, porque desde hace tiempo es lo único que considero relevante decir a propósito de la ética periodística. Tras este cuadro general que me parece clave para entender el tono del ensayo, y sobre todo, la relectura que desde él se propone acerca de la comunicación y el compromiso ético del periodista, esbozaré algunos apuntes del libro siguiendo la estructura de los *cinco itinerarios* que en él propone el autor.

Desde el punto de vista crítico se justifica muy bien que empiece proponiendo un recorrido por «la crisis de la reflexión ética y su despunte» (pp. 19-37). No abundaré en la parte crítica acerca de la invasión de la razón instrumental como único criterio de discernimiento incluso en la profesión del comunicador. Sólo destaco el final del capítulo, clarividente: «el talón de Aquiles de una ética humanística de la comunicación» (p. 36) pasa por el reconocimiento del fin de la misma, su dimensión teleológica: el respeto y la dignidad humana, de su integridad personal y de su proyección y desarrollo social. La ruptura de la Modernidad no nos permite comprender adecuadamente el papel del fin en las acciones humanas, y esto bloquea una auténtica ética, aquella que orienta a la persona hacia su plena realización.

En este sentido —llego así al *segundo itinerario*, «legados del pensamiento contemporáneo para una ética en las comunicaciones sociales» (p. 39)— es interesante comprobar que los mayores esfuerzos “exitosos” para conseguir una ética de las comunicaciones sociales hoy no pasan por la deontología, tan pobre y limitada en el formalismo kantiano de la buena voluntad (p. 40), sino en los provenientes de la hermenéutica y la ética discursiva. A mi juicio, hay un acto de generosidad por parte del autor al calificar la ética discursiva como dialógica (p. 48). Sin duda para ser plenamente ética ha de integrar el principio del diálogo, pero no me parece a mí que de hecho lo haga y lo proponga como tal. Algo que sí aporta (en este sentido sirve como nexos, sin duda) la ética personalista, la ética del «corazón razonable», con palabras de Carlos Díaz (p. 52) y su personalismo comunitario. Me pregunto si, siendo fieles a la realidad, puede haber un personalismo que no sea comunitario, o si lo que sucede, como tantas veces, es que hemos provocado una tremenda inflación de las palabras de tanto usarlas y «persona» lo entendemos poco más o menos como sinónimo de individuo, de mónada, relegando su ínsita dimensión relacional. Es muy cierto, como concluye este capítulo, que la aportación del profesor Galdón (p. 57) es en este punto crucial: el auténtico personalismo, dejando a un lado las etiquetas de escuelas y yendo a lo fundamental, es aquel que, como hemos venido diciendo, integra sujeto, acción y finalidad en un discurso coherente y en una propuesta plena de sentido. No hay persona sin comunicación, no hay comunicación sin apertura a la plenitud de lo real, no hay apertura sin discernimiento entre lo que hay y lo que estamos llamados a provocar que haya para realizarnos en plenitud.

*Tercer itinerario*: «aproximación a una ética en las comunicaciones sociales desde un punto de vista cristiano» (p. 59). Llegamos así al capítulo central (en todos los sentidos) del libro. Es el capítulo más extenso, el que trata de integrar las principales aportaciones realmente complementarias que el pensamiento cristiano ha esbozado a lo largo del siglo xx para salir al encuentro de los comunicadores, y por tanto, el que elabora una síntesis más propositiva. Aciertos de este capítulo: primero, recordar de entrada que no hay *ethos* cristiano sin comprender que el Misterio de la redención aporta una luz inaudita sobre la finalidad de la acción humana (pp. 59-60). Y dos: que la ética no es el corazón del Evangelio (y me atrevo a decir que tampoco de la propia ética): es una de sus expresiones: la finalidad de la ética no es la ética (p. 61). Eso es moralismo. La finalidad de la ética es llevar a la persona a su plenitud. Y, como dice Manuel,

«el amor concreto al hombre concreto es el fundamento último y al mismo tiempo el criterio de discernimiento permanente de una ética de los valores, de una ética de las responsabilidades, de una ética de las virtudes y de una ética que mira al horizonte del destino humano» (p. 61), o profética, como la denomina en el apartado correspondiente (p. 96).

Como se trata de una reseña, y no de un ensayo o comentario personal acerca de la propuesta del autor, solamente añadiré acerca de este apartado, que en él ha sabido integrar de tal manera las cuatro perspectivas que el buen lector comprenderá de qué modo se enriquecen mutuamente y, sobre todo, «no contrastan tanto con otras reflexiones contemporáneas, sino con las tendencias de la ética de mínimos» (p. 102), añadido, auténtico cáncer de la ética.

Concluyo añadiendo un par de notas acerca de los dos últimos itinerarios, en los que el autor además de ser un reconocido e insuperable maestro, hace gala de una auténtica humildad para no apabullarnos con un derroche de una erudición (que desde luego posee) y saber hacernos gustar lo esencial.

El *cuarto itinerario*, «aportación del Magisterio de la Iglesia, experta en humanidad, a la ética en las comunicaciones sociales» (p. 103), hace un espectacular y sintético recorrido. De hecho, la Iglesia ha tardado en hacerse cargo en su magisterio de las comunicaciones sociales como cuestión neurálgica del modo de estar en la sociedad. Hasta que con Juan Pablo II se produce una inflexión, conocida y vivida por todos los presentes.

Finalmente, el *quinto itinerario*: «aportación de la cultura de la unidad a la ética de las comunicaciones sociales» (p. 137) desarrolla la reflexión que desde el carisma propio del Movimiento Focolar, la cultura de la unidad, arroja nueva luz a la ética en las comunicaciones sociales. Creo que si me he explicado bien en los apartados anteriores, es aquí donde entiendo los cristianos tienen una aportación específica que realizar, no tanto en lo teórico, sino sobre todo en el quehacer diario: huir del moralismo y proponer una vida que es nueva, no por nuestro quehacer, sino porque se inserta en el quehacer querido por Dios. Dice Manuel: «podríamos definirla como la propuesta de una comunicación que tiene como fin último el mundo unido a través de la fraternidad universal; como fin inmediato una comunicación más verdadera, profunda, amplia, positiva y bella; como presupuesto, el valor supremo de la dignidad humana; como método, el diálogo que escruta las máximas posibilidades del entendimiento; y en definitiva, como paradigma, el amor comunicativo, potencial de una radical transformación en el modo de ser y hacer de la comunicación social» (p. 138).

Concluyo animando a que el lector contemple cómo el autor desarrolla este carisma en una relectura de la cultura mediática, la sociedad de la información y la propuesta de una nueva cultura. Parafraseando a Soloviev, diré que el buen periodismo, como él planteaba acerca de la belleza, es si de verdad «aporta una mejora efectiva de la realidad». Es lo que me ha parecido adivinar en este texto, detrás de su original estructura y su valiente propuesta. ■

**AGEJAS ESTEBAN, José Ángel**

Universidad Francisco de Vitoria  
Madrid (España)

# Re lectio nes

[www.relecciones.com](http://www.relecciones.com)



Universidad  
Francisco de Vitoria  
UFV Madrid