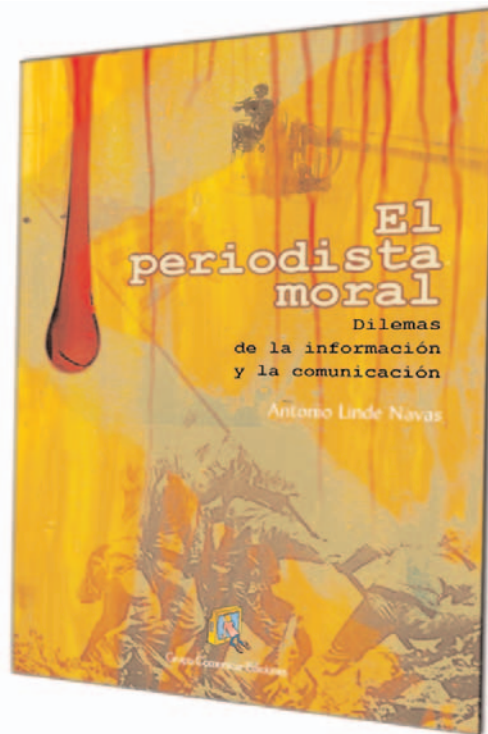


LIBROS

José Ignacio Aguaded Gómez ▼

El autor propone, parafraseando a García Márquez en su texto «El mejor oficio del mundo», que la ética ha de ser necesariamente el camino para un periodismo digno y de calidad. Es necesaria una audiencia formada y responsable, pero, no hay que olvidarlo, también es imprescindible contar con unos profesionales cualificados y conscientes de su responsabilidad y unas empresas periodísticas que miren más allá del simple beneficio empresarial y apuesten por el compromiso social y ciudadano. Estamos convencidos de que sólo con medios de comunicación con vocación social y ética podremos aspirar a mayores cotas de desarrollo moral y progreso social y personal, porque éste no es sólo material y económico. Linde se adentra a reclamar la «brújula moral» que hoy necesitan los periodistas para hacer compatibles el poder mediático con la responsabilidad comunicativa, incidiendo en las carencias del periodismo actual y realizando sugerentes propuestas. Con la ya citada frase del nóbel García Márquez, el texto se adentra en su capítulo segundo en la búsqueda de los caminos de la dignidad de este «mejor oficio del mundo», no sin dejar de ser consciente de la atmósfera moral de la profesión (capítulo 3) a la que ha de enfrentarse el periodista en su empresa. En este sentido, se pone en evidencia la estructura empresarial de los medios y los progresivos proceso de concentración, dentro de un modelo industrial. En el cuarto capítulo, Linde se adentra con valentía a recorrer una desgraciada muestra representativa de la llamada «telebasura», «triste anecdotario de nuestro pan mediático de cada día»: Alcasser, Puente Genil, Bañolas, Hotel Glamour..., nombres que han estereotipado espectáculos de lo que Vargas Llosa denomina la «banalización lúdica de la cultura imperante,

en que el valor supremo es ahora divertirse, entretenerse, por encima de toda otra forma de conocimiento o quehacer». En los siguientes capítulos, el autor reclama una educación moral para los periodistas, a partir de las teorías y medios de la educación moral. Así las corrientes para el correcto comportamiento moral, el desarrollo de hábitos virtuosos, los programas de clarificación de valores, los medios para desarrollar la empatía y las disposiciones afectivas... y especialmente el enfoque cognitivo-evolutivo de Lawrence Kohlberg, con sus teorías del desarrollo moral serán las antorchas clarificadoras de cómo optimizar la formación moral y ética de los profesionales del periodismo desde el apoyo de la filosofía. La segunda parte del texto nos adentra en lo más original de este texto, ya que sin bien no son muy abundantes en el mercado los textos que conectan la filosofía moral con el periodismo, menos aun contamos con manuales que se arriesguen, desde una apuesta práctica, a plantear dilemas morales sobre hechos noticiosos. Linde propone una «ética y deontología de la comunicación», enraizada en principios, teorías, conceptos y métodos filosófico-morales, pero con una metodología práctica, basada en supuestos reales, que permitan al periodista y a cualquier ciudadano preocupado con los medios de comunicación a plantearse la necesaria responsabilidad social de los medios y el urgente reto de formar profesionales cualificados y una audiencia activa y responsable, con la necesaria colaboración de empresas mediáticas con vocación de servicio público (aunque sean de titularidad privada) y unos poderes públicos vigilantes que promocionan ante todo la regulación, pero que no olvidan la co-regulación y que en caso necesario, cuando peligren principios fundamentales acudan a la hetero-regulación, que no es más que plasmar en norma los principios de la ciudadanía se ha dado para garantizar un proceso más democrático y libre.



El periodista moral. Dilemas de la información y la comunicación; Antonio Linde Navas; Huelva, Comunicar Ediciones; 185 págs.