



## Reseñas de libros- 2008

### La moral del periodista

*El periodista moral: Dilemas de la información y la comunicación*

Antonio Linde Navas

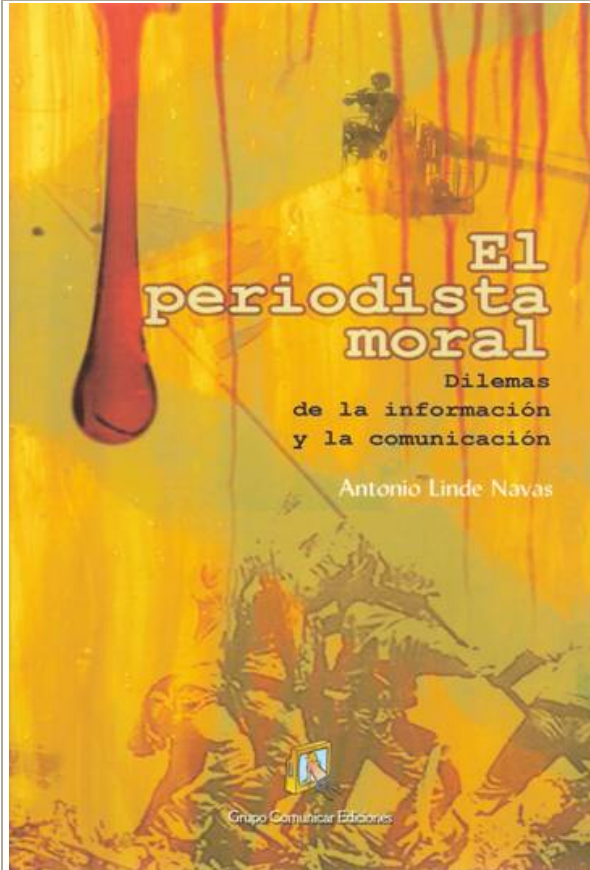
Grupo Comunicar Ediciones

Colección Aula Media

2008

ISBN 978-84-932380-8-7

**Reseña de Ana Sedeño  
(Universidad de Málaga)**



En el prólogo, firmado por Ignacio Aguaded, Presidente de la Asociación Comunicar destaca la idoneidad de la propuesta de Linde, en un momento en el que la información se pone en duda respecto a su función social debido al predominio del paradigma tecnológico: si la tecnología permite modificar las condiciones de la realidad, poco importa si debe hacerse. Muy al contrario, es necesario dignificar la profesión periodística que sirva como camino hacia la formación de una audiencia formada y crítica.

El autor Antonio Linde reclama en sus páginas una educación moral para los periodistas, donde en su primera parte las relaciona con teorías comunicativas y educativas y en su segunda parte se adentra en estudios que conectan la filosofía moral con el periodismo, con casos prácticos. De esta manera, el autor realiza una apuesta por una ética y deontología periodísticas, para trazar una línea divisoria de medios.

El autor realiza en primer lugar una argumentación sobre el poder de los medios, más relacionado con la búsqueda de su propio interés como empresas (comunicativas, pero empresas) que han heredado para la sociedad una percepción de vigilancia o control del poder, sobre todo político, es decir, un valor de contrapoder. Sin embargo, ese contexto ha cambiado, para dotar a los medios de un poder mucho mayor, el que otorga convertirse en el principal mediador en la construcción de la realidad para millones de personas. Como toda profesión, el periodismo tiene unos bienes o fines internos que deberían ser los siguientes: aumentar la libertad de los ciudadanos mediante informaciones contrastadas, opiniones fundadas e interpretaciones razonables y plausibles; permitir la libre expresión de las opiniones; potenciar una opinión pública razonante y entretener. Para ello, la información ha de ser independiente, veraz, exacta y ecuaníme. No es poco.

Los principales problemas de la profesión periodística, especialmente audiovisual, se resumen en su necesidad de sobrevivir como empresas, en un entorno donde prima el entretenimiento y el ocio y no la búsqueda de contenidos que ayuden a los miembros de una sociedad a convertirse en ciudadanos. La dicotomía de estas organizaciones no es

entonces información o beneficios, sino cómo conseguir ambos a la vez, lo que se reúne en el lema “información sí, beneficios también”. Algunos efectos perversos de esta situación son entonces: la competencia brutal y lucha por la audiencia, la homogeneización de los contenidos mediáticos de modo que no se ofrece ninguna alternativa, es decir, se sigue con la apuesta segura, el sensacionalismo que tiende a primar la espectacularización de las imágenes y por último, y como mal que explica muchos otros, el proceso de concentración en relación con las nuevas tecnologías. Todo esto nos lleva a la situación laboral del periodista, las condiciones en que debe decidir sobre sus ideales y prácticas.

En el capítulo cuatro, el autor desgrana una serie de casos de televisión basura en España, si bien queda claro, por las fechas, que se encuentran en su mayoría en una etapa muy determinada de la televisión en nuestro país que, si bien no nos ha abandonado del todo, si ha dejado de ser tan furibunda.

Por todas estas razones, Antonio Linde propone una educación moral para periodistas y comunicadores en general, que trate de sentar unos cimientos básicos para una ética de mínimos, basada en la libertad, la igualdad, la solidaridad y el diálogo, aún cuando se declara consciente de que estos no son suficientes para resolver problemas concretos en el ejercicio diario de una profesión. En el ámbito periodístico, la universidad se conforma como el lugar donde un trabajo más organizado y relevante hay que desempeñar, en cuanto encuentra a las personas, estudiantes, en una etapa de formación personal e intelectual debido a la continua prolongación de la juventud hasta edades que eran consideradas propias de la madurez.

La dimensión teórica de la propuesta de Linde se basa en la teoría del razonamiento moral de Lawrence Kohlberg que demostró en su tesis doctoral (1958) que este pasaba por tres etapas: preconvencional, convencional y postconvencional. Pues bien, su aplicación educativa viene de un discípulo suyo, Moshe Blatt que aplicó estos temas al ámbito educativo, dando lugar al que se denomina “efecto Blatt”: la prueba de que podía estimularse el desarrollo de las estructuras de razonamiento moral. Los tres elementos fundamentales que sustentan y favorecerían esta estimulación se enuncian a continuación:

- Dilemas morales que creen conflictos cognitivos entre los estudiantes.
- Mezcla en el grupo-clase de sujetos de diferentes estadios.
- Actitud socrática del profesor, que propicia debates abiertos e intelectualmente estimulantes.

Linde se declara deudor de este método y lo aplica en el ámbito educativo. Por ello, una parte fundamental del trabajo de Linde en *El periodista moral* se refiere a los sujetos prácticos empleados por el autor en su vida docente. En efecto, ante estos temas que requieren de una especialización importante (teorías morales por un lado, comunicativas, por otro), las personas que tratan con niños y adolescentes en el ámbito educativo necesitan ejemplos concretos que poder aplicar diariamente en sus clases. He aquí el potencial de utilidad de toda la segunda parte del libro de Linde. Entre estos casos prácticos se encuentran ejemplos pertenecientes a todas las modalidades comunicativas como el periodismo (escrito y audiovisual), la programación televisiva sensacionalista (concursos, talk shows...), la fotografía de reportaje y de creación o la publicidad, así como recoge sucesos nacionales e internacionales, en muchas ocasiones representativos o conocidos anteriormente por la opinión pública. De esta manera, se realizan reflexiones sobre el caso Lewinski, la publicidad de Benetton, varias muestras de fotografía de guerra, casos de denuncia de acoso sexual en el trabajo...

En los apéndices, desarrollados especialmente para los profesores, se proporcionan en primer lugar, consejos para la elección de los dilemas morales tratables en clase: se apuesta por los casos difíciles, llamados así por resultar especialmente complejo ajustar normas y casos, textos legales o documentos de autorregulación con datos contextuales que tratan aspectos más generales y delicados de la conducta humana. La elección de estos dilemas debe responder a los siguientes criterios:

- Relevancia y representatividad.
- Motivación y adecuación a las edades y características del alumnado.
- Provocación de claro conflicto cognitivo y desacuerdo entre individuos.
- Posibilidad de alteración de la presentación de la información de acuerdo a objetivos didácticos.

Se destaca el arduo trabajo previo para la recopilación de la información presentada a los alumnos, así como para la redacción adecuada de los dilemas. Se dan consejos sobre todas las siguientes fases en el desarrollo de un debate sobre un dilema moral, a mi entender, de una manera clara y expositiva, combinando la filosofía moral con criterios de raíz periodística. Además de todo, el autor proporciona fichas, diagramas, gráficos, listas de preguntas y respuestas... que sin duda resultan muy útiles y convenientes a la hora de preparar estos temas para tratarlos con los alumnos.

No queda muy claro si el oficio de periodista es el mejor del mundo. Cada uno que juzgue. Pero lo que parece evidente cuando se finaliza el libro tiene que ver con que los periodistas disponen de un enorme poder en sus manos y, por lo tanto, cargan con una gran responsabilidad.-- Ana Sedeño, Universidad de Málaga.

