

Certezas sobre el estado de la libertad de prensa en España

Resulta indudable que la libertad de expresión está siendo golpeada en España –en mayor o menor medida– por la **falta de autonomía financiera** de los medios de comunicación y –muy conectado con la crisis económica– por el drama de la **destrucción de puestos de trabajo** en la profesión periodística y la **precariedad laboral**.

LUCÍA MÉNDEZ

El 28 de enero de 2015, los siete diarios españoles de mayor tirada llegaron a los quioscos con la misma primera página enteramente ocupada por un anuncio del Banco Santander. La entidad presidida por Ana Patricia Botín compró las portadas de los diarios *El País*, *El Mundo*, *ABC*, *La Razón*, *La Vanguardia*, *El Periódico* y el gratuito *20 Minutos*. Era la primera vez en la historia de la prensa española que siete periódicos vendían su primera página a un anunciante. En lenguaje literario, podría decirse que los diarios vendieron ese día su alma.

El acontecimiento abrió un debate en los medios. La mayoría de la profesión lo interpretó a la luz de uno de los peligros señalados en el informe sobre el estado de la libertad de prensa en España 2015 elaborado por varias organizaciones internacionales de periodistas, bajo la

supervisión del Instituto Internacional de Prensa (IPI). Según se recoge en las primeras páginas del informe, la severa crisis de los diarios –azotados por el desplome de los ingresos publicitarios y la caída en picado de la difusión– puede estar condicionando su labor informativa y su línea editorial, debido a su dependencia de los poderes económicos y financieros. Los medios estarían así perdiendo la imprescindible distancia crítica con estos poderes. Los elogios desmedidos de los diarios hacia la figura de Emilio Botín cuando murió, ocultando la parte más oscura de su biografía, son solo un ejemplo que se puede conectar con las portadas del 28 de enero de 2015.

“Los intereses económicos, bancos y corporaciones ejercen una presión cada vez mayor sobre los medios de comunicación, debido a las grandes deudas

Lucía Méndez es periodista de *El Mundo*.

que estos tienen como consecuencia de la crisis económica”, asegura el documento. El IPI señala esta realidad en la España de hoy como un riesgo cierto para la libertad de expresión en nuestro país, recogiendo así el sentir generalizado de la profesión periodística. Las siete portadas vendidas al Banco Santander adquieren un alto valor simbólico a propósito de la delicada situación financiera de los diarios, que, naturalmente, se traduce en los contenidos y en el trabajo diario de los periodistas. Quizá en circunstancias económicas boyantes los directores de los periódicos podrían haber rechazado los ingresos de esta publicidad que tapaba las noticias de portada. En tiempos excepcionales, sacudidos por una crisis económica y tecnológica sin precedentes, se vieron obligados a vender lo más sagrado de un diario: la primera página. Resulta indudable que la libertad de expresión está siendo golpeada en España –en mayor o menor medida– por la falta de autonomía financiera de los medios.

Muy conectado con la crisis económica –e igualmente negativo para la libertad de expresión– aparece el drama de la destrucción de puestos de trabajo en la profesión y la precariedad laboral que aqueja al sector, un horizonte que se presenta como cierto para todos aquellos jóvenes que aspiren a dedicarse al periodismo. De 2008 a 2014 se perdieron alrededor de 11.875 puestos de trabajo en los medios de comunicación españoles. Dos tercios de las personas

entrevistadas para los informes que anualmente elabora la Asociación de la Prensa de Madrid (APM) identifican el desempleo y la precariedad laboral como la mayor de las amenazas para la profesión periodística. Las redacciones de los medios han sido mermadas por sucesivos expedientes de regulación de empleo (ERE) y despidos.

En este proceso de destrucción de empleo, que parece no tener fin, se han producido denuncias que afectan de lleno a la libertad de expresión: las listas de despedidos han sido elaboradas en ocasiones con el criterio de expulsar a los periodistas incómodos para las empresas editoras, sea por mantener una línea crítica con los directivos de los medios o por exigir autonomía en su labor profesional. La libertad de los periodistas puede verse ciertamente afectada por la posibilidad de perder el trabajo, riesgo que puede llevar asimismo a la autocensura, una de las amenazas más serias que se cierne sobre la profesión.

Como elemento positivo para la salud de la libertad de expresión en España, hay que señalar que en los últimos años han surgido decenas de publicaciones digitales más sostenibles, financiadas con la suscripción de los lectores, lo que teóricamente da más capacidad a los periodistas para desarrollar su trabajo sin las presiones de los poderes políticos o financieros. Bien es verdad que algunos de esos nuevos medios sobreviven más por la voluntad de los profesionales –mal pagados– que por su potencial

fortaleza económica en un mercado aún muy débil.

La falta de transparencia en la adjudicación de la publicidad y las subvenciones institucionales, así como las garantías insuficientes de independencia en la regulación y otorgamiento de licencias y frecuencias de radio y televisión que el Gobierno se reserva para sí en la legislación española, son otros tantos riesgos que apunta el informe del IPI.

Hay datos suficientes como para concluir que la inserción de los anuncios institucionales en la prensa no se realiza siempre con el criterio objetivo de la difusión. La periodista Eva Belmonte, en su libro *Españopoly*, detalla la opacidad de estas adjudicaciones, cuyos detalles el Gobierno no hace públicos escudándose en una maraña de procedimientos administrativos. “Este es el procedimiento habitual: se licita la difusión de la campaña y en los pliegos se especifica el porcentaje de anuncios a repartir entre radio, prensa, televisión e internet. Nada más. Se contrata a una central de medios, que es la que se encarga de repartir los anuncios entre las diferentes cabeceras bajo la dirección del organismo que realiza la campaña. Esta distribución casi nunca se hace pública”, explica. Esta periodista se ha topado con un muro cuando ha querido indagar sobre la adjudicación de las campañas de publicidad institucional.

En consonancia con el documentado trabajo de Belmonte, la evaluación del organismo internacional asegura que “la escasa cantidad de información obtenida

de determinados Gobiernos regionales y ministerios sugiere que, al menos en algunos casos, estas asignaciones no se conceden teniendo en cuenta las cifras de circulación de cada uno de los medios de comunicación. La falta de datos sobre la cantidad de publicidad institucional que reciben los medios de comunicación a todos los niveles dificulta un mayor conocimiento sobre la equidad del proceso de asignación, así como una evaluación informada sobre la existencia de prácticas de censura indirecta”.

Publicidad institucional, forma de censura indirecta

Parece obvia la conclusión: la publicidad institucional puede ser utilizada por los poderes públicos –sean nacionales, autonómicos o locales– para influir en la cobertura de las noticias, práctica que se considera una forma de censura indirecta. La Asociación Española de Editoriales de Publicaciones Periódicas pidió a todos los grupos parlamentarios que incluyeran la publicidad institucional en la nueva ley de transparencia, pero la mayoría del Parlamento lo rechazó.

Del mismo modo, el Gobierno está en condiciones de usar la concesión de licencias de radio y televisión para intentar condicionar el contenido de los espacios informativos y la línea editorial de las emisoras que optan a esas concesiones. En los últimos años, algunas

publicaciones digitales del sector –pero no solo– han dedicado amplios espacios a informar sobre los contactos de miembros del Gobierno con los directivos de las dos principales compañías de televisión –Atresmedia y Mediaset, en duopolio– para la asignación de frecuencias a cambio de un trato más favorable de las cadenas. El papel cada vez más destacado de determinados programas de televisión en el debate político español –los nuevos líderes de los partidos emergentes nacieron en los platós– ha incrementado las presiones –tácitas o expresas– sobre esos medios por parte del Gobierno. El estado de la libertad de expresión tiene ahí un talón de Aquiles.

La endémica falta de independencia de las televisiones públicas es la gran asignatura pendiente de la libertad de prensa en España. Tanto en la radiotelevisión pública estatal, bajo el control del Gobierno central, como en las emisoras autonómicas, férreamente controladas por los ejecutivos de las comunidades autónomas. El documento del IPI recoge algunos testimonios relevantes de los representantes de los periodistas en los consejos de redacción de algunas cadenas, además de muchos detalles concretos acerca del control y, en ocasiones, de la censura expresa que sufren los informadores de estos medios públicos. Hay denuncias prácticamente diarias a propósito de la manipulación de las emisoras públicas y de la presión sobre sus periodistas, que en época electoral se multiplican.

La legalidad vigente que atribuye a la Junta Electoral Central la potestad de establecer el minutado de la información de cada partido en las campañas electorales es un residuo del pasado que debería ser eliminado, porque coarta la libertad de criterio de los informadores. Como la realización de la señal de los mítines que los partidos se han reservado para sí. Según todas las asociaciones profesionales, los consejos de administración de las televisiones públicas –elegidos por el Congreso y los parlamentos autonómicos con criterios de representación de los partidos– no garantizan la independencia ni el pluralismo político en los citados medios.

Constantes denuncias de manipulación en las TV públicas

La conocida como “ley mordaza” –y su incidencia sobre el ejercicio de las libertades de manifestación y de expresión– ha sido una de las más polémicas de la legislatura. El Parlamento aprobó la norma, tras un intenso debate público, en el que las asociaciones de periodistas tanto españolas como internacionales expresaron su rechazo absoluto a determinados aspectos, como la penalización con multas elevadas según el caso por el “uso no autorizado de imágenes que puedan poner en riesgo el éxito de una operación policial”, así como “las faltas de respeto y consideración cuyo destinatario sea un

miembro de las Fuerzas y Cuerpos en el ejercicio de sus funciones de protección de la seguridad”.

Reporteros Sin Fronteras y la APM han rechazado el contenido de estos artículos de la ley por considerar que puede llegar a ofrecer carta blanca a las fuerzas de seguridad para impedir a los periodistas el libre ejercicio de la profesión en las manifestaciones o protestas ciudadanas. De acuerdo con estas asociaciones, “la cobertura de manifestaciones es una parte importante del interés informativo de los medios y, por ende, de los ciudadanos, por lo que cualquier intento de sancionar el trabajo de los informadores vulneraría los derechos a la libertad de expresión”. Del mismo modo, se han detectado en los últimos años numerosas trabas concretas –con sus correspondientes denuncias– al trabajo en la calle de los informadores *freelances* durante distintas manifestaciones de protesta.

Tal vez el capítulo más sorprendente y alarmante del informe sobre el estado de la libertad de expresión en España sea el que se refiere al fenómeno de las ruedas de prensa sin preguntas. Un fenómeno que ha hecho correr ríos de tinta en los medios españoles y que ha causado honda extrañeza en los autores del documento y estupor en todas las organizaciones internacionales. El IPI da por hecho que en España se ha implantado la costumbre de las ruedas de prensa sin preguntas que se califican como “un fraude informativo en el que los periodistas pasan a ser comparsas televisivas

de los políticos, quienes ante las cámaras de televisión fingen estar celebrando auténticas ruedas de prensa”.

Los autores del informe incurrir en una generalización abusiva, ya que ni mucho menos puede afirmarse que en España sea una costumbre tan habitual como ellos la presentan. Y, lo que es más importante, faltan al rigor en el siguiente párrafo: “Esta estrategia de comunicación llegó a lo que muchos consideran un punto límite en 2013, cuando el presidente Rajoy inauguró una nueva forma de comparecer ante los medios de comunicación: la ‘conferencia de prensa plasmática’, es decir, una comparecencia sin preguntas por medio de una televisión de plasma”. La escena que relata el IPI –una conferencia de prensa a través de un monitor– sería ciertamente ridícula y dejaría a los periodistas en muy mal lugar. Si respondiera a la realidad. Pero no fue así.

Trabas al trabajo de los informadores *freelances*

El 2 de febrero de 2013, después de que los diarios *El Mundo* y *El País* revelaran que en el PP se habían pagado sobresueldos de acuerdo con los papeles elaborados por su extesorero, Luis Bárcenas, el presidente Rajoy convocó al Comité Ejecutivo de su partido para hacer frente al escándalo. Su discurso ante el órgano de dirección del PP –habitualmente cerrado



LA ENERGÍA SOCIAL MUEVE EL MUNDO

En Fundación Repsol ponemos toda nuestra energía en los más de 800 proyectos sociales que estamos llevando a cabo.

Proyectos de diversidad e integración

140.000 personas beneficiadas

Programas de desarrollo comunitario

600.000 personas beneficiadas

Voluntariado corporativo

855.000 personas beneficiadas

Proyectos de eficiencia energética

4ª Convocatoria Fondo de Emprendedores

Programas educativos

130.000 personas beneficiadas

Programas de salud

190.000 personas beneficiadas



a la prensa en todas las reuniones similares de las ejecutivas de todos los partidos españoles- fue abierto a los medios en este caso. Los periodistas lo siguieron a través de un monitor debido a que en la sala donde se celebran las reuniones del Comité Ejecutivo no estaba compareciendo ante los medios, como asegura erróneamente el documento, sino ante los miembros del Comité Ejecutivo del PP. Y los periodistas estaban cubriendo esa comparecencia ante el órgano de dirección, del mismo modo que si fuera, por ejemplo, un acto electoral en el que lógicamente los informadores no pueden hacer preguntas al orador. Al IPI, en su papel de denuncia de los intentos de manipulación de los medios, hay que exigirle un mayor rigor en cuanto a los datos que dan pie a sus conclusiones.

El plasma, en efecto, es un baldón político que Mariano Rajoy no podrá quitarse de encima. Y es cierto que prefirió dar explicaciones ante su partido y no ante los medios de comunicación en rueda de prensa. Si esta imagen ha hecho fortuna es por la opacidad y la mejorable política de comunicación del presidente del Gobierno durante su mandato, mostrándose refractario a las ruedas de prensa, a las entrevistas en los medios y a las comparecencias ante los periodistas. Rajoy ha huido de los medios de comunicación -a veces de forma literal-, se ha negado a responder a las preguntas de los informadores en muchas ocasiones y ha limitado a dos el número de preguntas

que responde cuando comparece con un mandatario extranjero en La Moncloa.

Por otro lado, las ocasionales comparecencias ante los medios sin preguntas que, efectivamente, protagonizan algunos políticos españoles, pero también banqueros, empresarios u otras personalidades, han sido reiteradamente denunciadas por las asociaciones profesionales como prácticas que son contrarias a la transparencia informativa y, por ende, restricciones a la libertad de expresión. “#Sinpreguntasnocobertura”, rezaba la campaña de denuncia puesta en marcha por los periodistas españoles para denunciar estas prácticas.

Rajoy, refractario a las ruedas de prensa

En conjunto, aunque no puede afirmarse que todos los desafíos y las carencias que señala el IPI sobre la libertad de expresión en España sean homogéneos ni alcancen idéntica gravedad, el informe es tanto un aldabonazo para la profesión como la confirmación de las denuncias que vienen formulando las asociaciones de la prensa de todo el país. Al mismo tiempo que un estímulo para el combate de los periodistas para preservar su dignidad profesional.

La independencia de los medios resulta imprescindible en una democracia robusta y madura. En este sentido, hay



*Si no quedas satisfecho
con lo que pasa
en el mundo,
intenta cambiarlo*

En El Corte Inglés somos conscientes de que en nuestra sociedad hay muchas cosas que mejorar. Nuestra forma de demostrarlo es siendo respetuosos con el medio ambiente, colaborando con todo tipo de organizaciones sociales (ONG, asociaciones, instituciones públicas y privadas) y participando en numerosas actividades. En El Corte Inglés promovemos cada año más de 4.000 acciones relacionadas con la cultura, la acción social, la educación, el medio ambiente, el deporte y la ayuda al desarrollo.

El Corte Inglés



que cerrar con un dato muy esperanzador y saludable. En los últimos años, los medios de comunicación han jugado un papel fundamental en la regeneración de la vida pública. Los diarios impresos y los digitales –replicados por las emisoras de radio y algunas televisiones– han liderado el combate contra la corrupción, sacando a la luz los escándalos que el poder político, financiero y económico hubiera querido ocultar.

Azotada por una crisis económica y tecnológica sin precedentes, la prensa lucha por sobrevivir a una tormenta que amenaza incluso su propia supervivencia, y continúa ejerciendo su labor de

vigilante del poder. Como señala el profesor Norbert Bilbeny en su libro *Ética del periodismo*, “la prensa libre es un deseo y la independiente, una aspiración, como la plena imparcialidad. Pero es un propósito que puede y debe hacerse. Ante un hecho noticiable, hay que preguntarse, al margen de cualquier presión del poder o tendencia hacia él, qué es aquello que hay que saber y por qué. Y si nuestros datos son fiables y ayudan a la comprensión del hecho. Sin olvidarse de preguntar qué intereses están en juego. Y si uno mismo o el propio medio informativo no están en realidad siendo utilizados”. ■