

CUADERNOS DE **Periodistas**



A la búsqueda del impacto

Aumenta el empleo de testimonios irrelevantes e imágenes impactantes en los informativos de las principales cadenas de televisión españolas.

**Barack
Obama contra
la Fox**

**El imperio
Murdoch ataca
a la BBC**

**El control de
Berlusconi sobre los
medios italianos**

CUADERNOS DE Periodistas

REVISTA DE LA ASOCIACIÓN DE LA PRENSA DE MADRID



Director: Fernando González Urbaneja. **Consejo de Redacción:** Guillermo Altares Lucendo, Miguel Ángel Bastenier Martínez, María Fernández Rey, Miguel Ángel García-Juez Jiménez, Nativel González Preciado, Carlos González Reigosa, Magis Iglesias Bello, Enric Juliana Ricart, Gumersindo Lafuente de Frutos, Félix Madero Villarejo, Bernardino M. Hernando, Álvaro Rivas López, Nemesio Rodríguez López, Felipe Sahagún, Gregorio Salvador Caja, Eduardo San Martín Montilla y Juan Varela Varela.



Juan Bravo, 6. 28006 Madrid. 91 585 00 10. cuadernos@apmadrid.es / www.apmadrid.es

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra sólo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Dirijase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

© 2009, APM. Impresión: Din Impresores. Depósito legal: M-33.814-2004. ISSN: 1889-2922.

SUMARIO



© PHOTOSANI/FOTOLIA.COM

- 7 FERNANDO GONZÁLEZ URBANEJA
Carta a los lectores. Acorralados por fuentes poderosas
- 11 RICARD GONZÁLEZ
¿Obama contra Fox News, una guerra justa?
- 21 ENRIQUE PERIS
El imperio Murdoch contra la BBC: ¿información de pago o gratuita?
- 29 ÁNGEL GÓMEZ FUENTES
Berlusconi intenta el control total de la información en Italia
- 41 ÁNGEL SASTRE
¿Ley de Medios o “Ley Mordaza”?
- 47 BARACK OBAMA
Traducción del discurso de Barack Obama en el homenaje a Walter Cronkite

●●● Sumario

- 53** MARTA MOLINA
Examen a la libertad de prensa
- 63** JAVIER MAYORAL
A la búsqueda del impacto
- 73** ROSANA FUENTES
Estrategias periodísticas en las primeras guerras del siglo XXI
- 79** TEODORO GONZÁLEZ BALLESTEROS
Tribunales. El secreto judicial y el derecho a informar (I)
- 85** JOSU MEZO
Buena prensa. El número grande se come al chico
- 91** FÉLIX BAHÓN
Tendencias

* La APM respeta la libertad de expresión de los colaboradores y articulistas, pero no comparte necesariamente sus opiniones.

Acorralados por fuentes poderosas

Reporteros Sin Fronteras elabora, desde hace años, una clasificación de países con referencia al estado de la libertad de expresión en cada uno de ellos. La metodología es mejorable, aunque para ello se requieren recursos que financien un buen trabajo sin poner más condición que calidad e independencia. La encuesta tiene el valor de repetirse año tras año y mide los mismos fenómenos en cada país. Quizá peca de escasez de muestra, me-

recería la pena ampliarla para ganar en neutralidad y representatividad. Pero es un notable trabajo hecho con buena intención, con consistencia y que sirve para detectar movimientos y tendencias.

La última encuesta proporciona unos resultados negativos para las democracias mediterráneas. Italia, Francia y España acumulan incidentes negativos en el ejercicio del periodismo, al que no son ajenos los poderes políticos u otros poderes

reales que ocupan el espacio que les deja el Estado por la insuficiente protección del ciudadano. Los tres países europeos retroceden en la clasificación con razones objetivas, por hechos probados que conspiran contra la libertad y el trabajo de los periodistas. Marta Molina, corresponsal de Reporteros Sin Fronteras en España, explica la metodología del trabajo en el que ella misma ha trabajado y las razones por las que España retrocede al puesto 44, con una pérdida de ocho puestos en un año, lo cual es como para reflexionar.

Ángel Gómez Fuentes explica el caso italiano, caracterizado por la omnipresencia de Silvio Berlusconi con objeto de dominar el espacio mediático, amedrentar a los periodistas y hurtar a los ciudadanos el debate abierto en los medios para cumplir su función de control de los poderes. El caso italiano es una mezcla de valores y contravalores, con predominio de estos últimos. Siempre tiene el interés de que sirve de referencia y de aviso a la sociedad española, la cual tiende a parecerse a la italiana aunque finalmente consigue evitar sus últimos pasos. Aquí no parece posible la emergencia de un personaje como Berlusconi, ni la instalación de un poder como el mafioso.

Ángel Sastre explica la aparición de nuevas leyes mordaza en diversos

países hispanoamericanos en los que la prensa libre molesta a los poderes, que utilizan leyes a la medida para arrinconar a los periodistas y dominar los medios críticos.

Entre las notas de esperanza destacamos las palabras que pronunció, el pasado 17 de julio, el presidente Barack Obama en Nueva York, en el homenaje a Walter Cronkite. Un discurso breve, poco más de mil palabras, emocionado, pero con contenido, con una explicación magistral de la naturaleza del periodismo de siempre, el que practicó con enorme éxito Cronkite, que el presidente Obama reclama para el futuro inmediato, para ayudar a los ciudadanos a comprender el complicado mundo actual.

Al calor de las palabras del presidente norteamericano, Ricard González refleja el conflicto desatado entre la Casa Blanca y el grupo de Rupert Murdoch, más en concreto con la cadena Fox, convertida en representante destacada de la crítica sin límite al actual presidente. El alcance de la decisión del equipo Obama de considerar a la Fox como vanguardia de la oposición republicana, más allá del papel de un medio informativo, abre un debate complicado en el que la mayor parte de los medios, incluso los que desprecian la cadena extrema, se han puesto del lado del derecho a la crítica al poder político



EFE



EFE

**Barack Obama,
en el homenaje
al periodista
Walter Cronkite.**

**Rupert Murdoch,
propietario
del grupo News
Corporation.**

sin limitación alguna. No es la primera vez que se produce semejante choque de trenes, casi todos los presidentes tropezaron con algunos medios con comentarios de extrema grosería. Esa tensión forma parte del paisaje, aunque la mentira sistemática debería significar un límite en la defensa gremial.

Y el grupo de Murdoch, News Corporation, es protagonista también, ahora en Gran Bretaña, de otro conflicto de fondo, el que afecta a la BBC y a su futuro como medio sobresaliente en su país y en el mundo, financiado con recursos públicos por el canon que la mayor parte de los británicos pagan religiosamente, entre otras razones porque se sienten orgullosos de su radio y televisión públicas. Enrique Peris, corresponsal durante muchos años de TVE en Londres, explica el alcance y el fondo de las críticas interesadas de los Murdoch a la BBC.

Además, Javier Mayoral nos traslada los resultados de un trabajo de

investigación realizado con sus alumnos universitarios sobre la multiplicación de la información de sucesos en los grandes noticieros de la televisión.

El periodismo sufre hoy en todo el mundo múltiples acosos, el de los Gobiernos que cada día soportan menos las críticas y que necesitan elogios y acatamiento. Las relaciones de los líderes políticos de los países democráticos –caso Sarkozy, por ejemplo– con los editores son cada vez más estrechas y tienen consecuencias en el tratamiento informativo. Y, a su vez, la libertad del periodista individual está más mediatizada por intereses y preferencias. Asimismo, la crisis económica reduce las inversiones, elimina corresponsalías y enviados especiales, relega a los periodistas con más experiencia y crea crecientes dificultades al periodismo de calidad. ¿Qué haría hoy Cronkite en la redacción de la CBS si tuviera que volver a presentar su informativo de la tarde? ♦♦

¿Obama contra Fox News, una guerra justa?

En desacuerdo con la cobertura que realiza de la administración Obama, desde la Casa Blanca han lanzado una ofensiva contra la cadena de televisión Fox News: utilizan el acceso al presidente como medida de presión, han creado un *blog* para denunciar “las mentiras de la Fox” e, incluso, han intentado que el resto de medios no se hagan eco de las informaciones de este canal de noticias líder en EE. UU.

RICARD GONZÁLEZ

El eje central del programa electoral del entonces candidato demócrata Barack Obama fue la idea de cambio. La administración Bush acabó generando tal nivel de hastío entre la ciudadanía, que Obama e incluso, en algunos aspectos, el republicano John McCain se desmarcaron claramente de las políticas y actitudes de su predecesor. En el ámbito de las relacio-

nes con la prensa, ello significaba apostar por una mayor transparencia respecto al proceso de decisiones de la administración y de las consecuencias de sus políticas.

A los diez meses de su investidura, es posible constatar la buena voluntad del nuevo Gobierno. Por ejemplo, en primavera, la Cámara de Representantes aprobó la *Federal Free Flow Information*, que tiene

Ricard González es corresponsal de *El Mundo* en Washington.

como objetivo garantizar la seguridad de las fuentes periodísticas, y que regula el asunto de la confidencialidad en el ámbito federal. Además, el fiscal general –un cargo equivalente al de ministro de Justicia en los países europeos–, Eric Holder, ha ordenado a los diversos departamentos del Gobierno “la publicación sistemática *online* de información” de interés general, y la atención a todas las demandas de particulares de hacer públicos documentos gubernamentales de acuerdo con la legislación vigente, algo ignorado a menudo por la administración Bush.

Sin embargo, las tensiones entre la Casa Blanca y los medios de comunicación no han desaparecido por completo. El mayor conflicto concierne a la cadena de televisión por cable Fox News, a la que la administración Obama le ha declarado recientemente la guerra. Fox News es el canal de noticias 24 horas del conglomerado Fox Entertainment, propiedad del magnate australiano Rupert Murdoch, y que integra varios medios de comunicación, e incluso un estudio cinematográfico en Hollywood.

Fox News está considerado uno de los medios conservadores más influyentes de los EE. UU. No solo es la cadena de noticias líder, muy por encima de CNN o de MSNBC, sino que es el tercer canal de cable más visto. Así pues, el adversario de la Casa Blanca en las ondas no es pre-

cisamente de talla menor.

Una relación conflictiva

Las tensiones entre el equipo de Barack Obama y la cadena de noticias de la Fox arrancaron durante las primarias demócratas, sobre todo después de su victoria en los *caucus* de Iowa. Los asesores de comunicación de Obama consideraban que la cobertura que la Fox hacía del candidato no era justa, ni equilibrada. Este sentimiento se agudizó sobre todo después de cómo explotó la cadena el escándalo del reverendo Wright, el pastor de Obama. Como suele suceder en estos casos, el equipo de comunicación del candidato demócrata optó por restringir su presencia y disponibilidad con Fox News.

En verano, se produjo una reunión secreta entre el propio líder afroamericano, Rupert Murdoch y Roger Ailes, director de Fox News. El magnate de la comunicación fue quien convocó el encuentro, que tenía como objetivo establecer una tregua entre el político y la cadena justo antes de la campaña de las generales. En aquel momento, se comentaba la posibilidad de que Murdoch, cuyos medios son de ideología netamente conservadora, pudiera dar un espaldarazo mediático al joven político, como en su día hizo con Tony Blair. Fruto de aquel acuerdo, Obama apareció en el programa *O'Reilly*

Obama concedió cinco entrevistas a cada una de las principales emisoras televisivas del país. Solo hubo una excepción: Fox News.

Factor, dirigido por Bill O'Reilly, uno de los periodistas más conservadores y ácidos de la cadena. No obstante, la tregua fue de corta duración, y poco después de las elecciones, la relación entre ambas partes volvió a su punto de partida.

En los siguientes meses, el periodista Glenn Beck pasó a convertirse en la bestia negra de Obama en las ondas. No solo suyas fueron las críticas más duras al Gobierno recién nombrado, sino que Beck, en un programa que lleva su propio nombre, otorgó legitimidad a algunas de las teorías conspirativas de la extrema derecha norteamericana. Por ejemplo, planteó la posibilidad de que la

Casa Blanca tuviera un programa secreto de campos de concentración en los que adoctrina la juventud, siguiendo el modelo de estados totalitarios estalinistas.

A finales del mes de julio, Beck cruzó para muchos una "línea roja" al acusar en su *show* a Obama de tener "un odio arraigado hacia la gente blanca". Como era de esperar, sus palabras levantaron una gran polvareda. Pero en lugar de retractarse, horas después, Beck insistió en su línea de ataque contra el presidente: "No estoy diciendo que a él no le guste la gente blanca, sino que tiene un problema. Este tipo, yo creo, es un racista". La reacción de Color of Change, una ONG fundada por afroamericanos y dedicada a defender los derechos de esta comunidad, no se hizo esperar, y lanzó una campaña de boicot contra el programa televisivo de Beck. Pocos días después, miles de personas se habían adherido a la campaña, incluida una cuarentena de empresas cuyos anuncios publicitarios se emitían antes o durante el programa, y que pidieron retirar los anuncios.

El periodista no se amedrentó, y unas semanas después inició una nueva campaña para conseguir la dimisión de varios miembros de la administración, a los que acusó de formar parte de una especie de conjura de la extrema izquierda para hacerse con el Gobierno del país. Varios fueron los blancos de sus ata-

ques, y consiguió al menos una víctima de renombre: Van Jones, el llamado “zar de los trabajos verdes”. Su pecado, haber pertenecido a grupos de extrema izquierda en su juventud, y haber firmado un documento en el que se sostiene que se manipuló la verdad sobre los atentados del 11-S.

Algunos periodistas consideran que esta fue la gota que colmó la paciencia de la Casa Blanca. Otros creen que fue el hecho de que la emisora conservadora se negara a ofrecer en directo un discurso de Obama en el Congreso sobre la Sanidad, cosa que sí hicieron las otras principales cadenas del país. Como respuesta, el fin de semana siguiente al discurso, Obama concedió un total de cinco entrevistas a cada una de las principales emisoras televisivas del país. Solo hubo una excepción: Fox News.

¿Ignorar o denunciar?

Durante las primarias demócratas y la campaña de las generales, el equipo de comunicación de Barack Obama no podía permitirse el lujo de entrar en un conflicto abierto con la emisora. Por lo tanto, se limitó a utilizar el acceso al candidato para tratar de inducir a la Fox a una cobertura más positiva.

No obstante, una vez en la Casa Blanca, cambió la ecuación de la relación entre ambos. Obama había

dejado de ser un simple aspirante para convertirse en el presidente del país, con todos los recursos y herramientas de presión que ello conlleva. Y no solo eso, pues en las encuestas posteriores a su investidura disfrutaba de una popularidad récord, superior al 70%. Es decir, tenía nuevas cartas que le podían permitir adoptar un cambio de estrategia para con la cadena de Murdoch.

En la primera fase de su presidencia, el equipo de Obama se limitó a observar con atención la actitud de la Fox. A finales de febrero, tras el debate sobre la aprobación de un paquete de estímulo para la economía, ya había indicios claros de que la cadena no pensaba cambiar ni un ápice su enfoque sobre Obama y, en general, toda su administración.

Por lo tanto, se optó por mantener la misma política que en las primarias, privilegiando a otros medios en la estrategia de comunicación de la Casa Blanca. El presidente empezó a conceder entrevistas exclusivas a multitud de medios, pero nunca a la Fox. Sin embargo, miembros de la administración sí aparecían en el canal para defender los puntos de vista del Gobierno.

La estrategia no solo no fracasó a la hora de aplacar la hostilidad de la Fox, sino que la intensidad de sus ataques incluso aumentó. Roger Ailes demostraba no tener demasiado interés en contar con Obama en sus platós, prefiriendo una cobertura

La estrategia no solo no fracasó a la hora de aplacar la hostilidad de la Fox, sino que la intensidad de sus ataques incluso aumentó.

muy crítica que les desmarcara de la competencia, y satisficiera los impulsos de la América más conservadora. Sin duda, la apuesta le salió bien, ya que, en el barómetro de medios de la primavera, Fox había logrado que su audiencia aumentara un 20%, con 1,2 millones de telespectadores diarios, distanciándose así notablemente como líder de audiencia entre las cadenas de información 24 horas.

Conscientes de que su política de ignorar a la emisora conservadora no había sido capaz de inducir a un cambio de su actitud, ya sea tras la dimisión de Van Jones, o por la negativa de Fox a retransmitir su dis-

curso en el Congreso, los asesores de Obama se plantearon cambiar de enfoque y pasar al ataque. O sea, llevar el conflicto a una nueva fase de guerra abierta. Antes, intentaron una vez más llegar a una tregua con los responsables de la cadena. David Axelrod, el estratega electoral de Obama, considerado por muchos el gran cerebro detrás de su magnífica campaña, se reunió en Nueva York con Ailes a mediados de septiembre. No ha trascendido nada de aquella reunión, pero a decir por los acontecimientos que siguieron, parece obvio que las “negociaciones de paz” fracasaron.

La primera en abrir fuego fue Anita Dunn, directora de comunicaciones de la Casa Blanca, que en una entrevista en *The New York Times* dijo que en adelante tratarían a la cadena conservadora “de la misma forma que tratamos a un oponente”. “Cuando [Obama] va a la Fox, entiende que no va a una plataforma de noticias, sino que va a debatir con la oposición. [...] Como ellos están llevando a cabo una guerra contra Barack Obama y la Casa Blanca, no necesitamos fingir que esta es la forma en la que un medio de comunicación se comporta”, dijo Dunn. La asesora del presidente también acusó a Fox News de ser “un ala del Partido Republicano”, o “su departamento de comunicación”.

Además, como parte de su ofensiva, la Casa Blanca ha creado un *blog*

●●● ¿Obama contra Fox News, una guerra justa?

en su página web que tiene como objetivo denunciar “las mentiras de la Fox”. Pero los periodistas de esta cadena no se amilanaron, y los días siguientes acusaron al presidente de pretender silenciar a sus detractores. En un comunicado público, el director ejecutivo de la emisora, Michael Clemente, acusó a Obama de “declarar una guerra a un medio de comunicación”.

No le faltaba razón a Clemente, porque una semana después de las declaraciones de Dunn, Axelrod volvió a la carga en una entrevista en la cadena de televisión ABC, lo que dejó claro que ella no se había ido de la lengua, sino que todo era fruto de un plan concebido en la Casa Blanca. Axelrod dio un paso más en la ofensiva al pedir que, igual que el Gobierno, el resto de medios de comunicación no trataran a la Fox como un medio. Es decir, que no se hicieran eco de las exclusivas de esta cadena. “[La Fox] no son noticias, están impulsando un punto de vista. [...] Medios de comunicación como el tuyo no deberían tratarlos como si fueran un medio. Nosotros no les trataremos de esa forma”, sentenció Axelrod.

A pesar de unas palabras tan contundentes, el asesor presidencial aseguró que los miembros de la administración continuarían apareciendo en la cadena, y, ese mismo día, Dunn garantizó que en algún momento Obama aparecería de nuevo

en Fox News, pero no ofreció un plazo de tiempo concreto.

Falta de respeto a la libertad informativa

Así las cosas, debemos preguntarnos si la actuación de la Casa Blanca ha sido la correcta en este conflicto. A esta cuestión, y para valorar la inteligencia del movimiento, se puede responder desde dos puntos de vista diferentes: el de la moralidad y el de la eficacia.

En términos de moralidad, es difícil defender la legitimidad de la actuación del equipo de Obama. Si bien es cierto que el Gobierno tiene derecho a defenderse de las acusaciones injustas, o que sean simple y llanamente mentiras, se excedió al presionar a los medios de comunicación para que no traten a Fox News como una empresa de comunicación, sino como un actor político.

Tanto Anita Dunn como David Axelrod pueden expresar públicamente su desacuerdo con la cobertura que hace la Fox del presidente Obama y, en general, de su administración. Es legítimo también que en su página web haya un apartado en el que se dediquen a desmentir aquellas informaciones incorrectas. Incluso, pueden utilizar el acceso a Obama como medida de presión a la Fox para que rebaje su hostilidad hacia la Casa Blanca.

De hecho, esta es una dinámica

El Gobierno se excedió al presionar a los medios para que no traten a la Fox como una empresa de comunicación, sino como un actor político.

que, en mayor o menor medida, se produce en todos los países donde existe libertad de expresión, y también existió en otras administraciones norteamericanas. Por ejemplo, en la anterior, Fox News era el medio favorito del equipo de Bush y el que recibía más a menudo las filtraciones interesadas de la Casa Blanca. En cambio, su bestia negra mediática era *The New York Times*, al que George Bush no concedió ni una sola entrevista durante sus ocho años de mandato.

Ahora bien, se exceden los asesores de Obama cuando califican a un medio de comunicación como su “opponente”, lo amenazan de tratar-

lo como tal y, además, se otorgan el derecho de aconsejar a los demás medios que hagan lo propio. Desgraciadamente, la administración ha demostrado tener una concepción anémica de lo que significa el derecho de libertad informativa.

No obstante, ello no significa que la Fox, y muy especialmente alguno de sus programas, no cruce a veces los límites que marca el código deontológico de la profesión periodística. En su programación, la línea que separa opinión e información suele ser borrosa, cuando no inexistente, y sus decisiones editoriales, incluso en los informativos, a menudo parecen tener como objetivo favorecer a un partido político, más que informar a la ciudadanía. A Obama no le falta razón cuando dice, sin necesidad de mencionar a qué medio se refiere, que “es difícil encontrar una sola noticia positiva sobre mí aunque la veas el día entero”.

De todas formas, la tendencia a mezclar información con opinión y a ofrecer una visión del mundo marcadamente ideológica no es exclusiva de la emisora de Rupert Murdoch. Este es un fenómeno extendido que responde a varios motivos, como una voluntad de los medios tradicionales de reaccionar ante la emergencia y popularidad de los *blogs* o la aparición de varios canales de noticias 24 horas, en busca de un perfil ideológico que les diferencie de la competencia. Así, la cadena de noticias

●●● ¿Obama contra Fox News, una guerra justa?

MSNBC se sitúa en las antípodas de la Fox, con un discurso de tono marcadamente progresista. Pero, en este caso, la Casa Blanca no parece tener ninguna objeción.

A la comparación entre ambas cadenas, varios *blogueros* y periodistas progresistas han respondido que la tendenciosidad de Fox News es mucho mayor que la de MSNBC, y que no se trata de exigir a los medios una imparcialidad total, lo que constituye una utopía, sino un mínimo ejercicio de responsabilidad. Probablemente tengan razón, pero es muy difícil valorar con criterios objetivos algo tan subjetivo como la responsabilidad.

Sea como fuere, incluso si Fox News comete excesos, lo que debe hacer la Casa Blanca es utilizar sus recursos para desmentir sus mensajes, pero no declarar una guerra en la que, además, quiere implicar a otros medios. La política más inteligente sería acudir a aquellos programas de mayor prestigio e imparcialidad, como el del reputado periodista Chris Wallace, y boicotear a aquellos claramente anti-Obama, como los espacios de Glenn Beck y Sean Hannity.

Eficacia de la estrategia

Desde el punto de vista de la eficacia de la estrategia, la respuesta es mucho más compleja porque depende de cuál haya sido el objetivo

prioritario de la Casa Blanca al adoptarla. Si este era castigar a la Fox, reducir su capacidad de influencia y sus índices de audiencia, no parece que la decisión haya sido demasiado inteligente. La historia de los EE. UU. demuestra que este tipo de pulsos suele ganarlos la prensa.

La primera consecuencia de una declaración de guerra por parte de un Gobierno a un medio de comunicación es siempre elevar el estatus de este último. De estar compitiendo con otros miembros del llamado “cuarto poder”, el medio de comunicación es ascendido de categoría, y pasa a competir en una liga superior. Esta situación resulta una propaganda magnífica para Fox News, y puede servir para auparla en los *rankings* de audiencias televisivas, lo que explicaría el entusiasmo que exudan los directivos de la emisora conservadora desde que la Casa Blanca iniciara las hostilidades. “Cada vez que lo hacen, nuestra audiencia sube”, declaró Bill Shine, responsable de programación de la emisora.

Y ya se sabe, en una democracia, las audiencias son las que mandan. Si estas crecen, también lo harán pronto los ingresos publicitarios. A la Fox no le ha perjudicado ni tan siquiera el boicot de varios anunciantes al programa de Glenn Beck siguiendo la campaña de Color of Change, ya que la mayoría de empresas no dejaron de comprar espacios publicitarios a la cadena, sino

La historia de los Estados Unidos demuestra que este tipo de pulsos suele ganarlos la prensa.

solo pidieron un cambio de franja horaria. El coste económico para el canal conservador fue mínimo.

En cambio, en términos de imagen pública, quien puede salir más perjudicado de este pulso es el Gobierno, y el propio Obama, que se ha presentado siempre como un político hecho de un molde diferente, por encima de las actitudes mezquinas del político tradicional. Y es que en este país el derecho a la libertad de expresión es sagrado.

Además, no se debe olvidar que, a pesar de la ideología conservadora de Fox News, un 46% de sus telespectadores son demócratas o sin afiliación partidista, por lo que, al

negarse a presentar su punto de vista en la emisora, la administración Obama pierde la oportunidad de dirigirse directamente a millones de posibles votantes.

Por último, es altamente improbable que los otros medios de comunicación apliquen la consigna de la Casa Blanca de dejar de tratar a Fox News como a un medio. La expectativa de que estos ignoraran las exclusivas de la Fox es una ilusión. De hecho, dos días después de las declaraciones de Axelrod, el resto de televisiones expresaron su solidaridad con la emisora conservadora al rechazar la petición del Departamento del Tesoro de realizar una ronda de entrevistas con uno de sus altos cargos que excluía a Fox News.

Ahora bien, algunos analistas sostienen que el objetivo principal de la Casa Blanca no es debilitar comercialmente a la Fox, sino que es de tipo político. Por un lado, habría utilizado el tema para mantener prietas las filas de sus seguidores más progresistas, en un momento en el que se están discutiendo importantes concesiones en la reforma sanitaria. Y por otro, su movimiento formaría parte de una estrategia de mayor alcance para empoderar a los sectores más conservadores dentro de la sociedad norteamericana, con la finalidad de radicalizar el Partido Republicano.

Esta tesis ya se difundió en el mes de febrero, cuando varios políticos demócratas elevaron al periodista

radiofónico ultraconservador Rush Limbaugh a la categoría de “líder del Partido Republicano”. Entonces, Limbaugh, como ahora la Fox, se mostró encantado con la atención que recibía del Gobierno. En cambio, quienes lo vieron con mayor preocupación fueron los políticos del ala moderada del partido conservador, temerosos de que los demócratas quieran empujarlos hacia posiciones radicales para convertirlos en un partido minoritario. Sin duda, un Partido Republicano radicalizado, y aún más circunscrito a sus feudos del Sur profundo, garantizaría la reelección de Obama.

De ser cierta esta teoría, se explicaría porque tanto la Fox como la Casa Blanca han ido tan convencidos a la guerra. Su enfrentamiento no sería, como es habitual, un juego de suma cero, sino que les beneficiaría simultáneamente a los dos. Otra cosa diferente es si su guerra beneficia al conjunto del país, que ha experimentado una notable polarización política y no necesita que se eche más leña al fuego del odio partisano.

Conclusiones

La guerra que la administración Obama ha declarado contra Fox News no es justa, ni legítima, sobre todo cuando intenta implicar al resto de

medios de comunicación norteamericanos en su boicot al canal conservador. Es cierto que algunos periodistas de la cadena se exceden en sus comentarios, que bordean la calumnia. Sin embargo, no todos los medios son legítimos a la hora de replicar esta conducta. La Casa Blanca tiene el derecho a buscar una política de comunicación lo más efectiva posible para desmentir ante la opinión pública las informaciones que considere falsas, pero existen ciertos límites que no debe traspasar.

Ahora bien, es más difícil responder a la pregunta de si su estrategia es inteligente y eficaz, ya que todo depende de cuál sea su verdadero objetivo. Si este es reducir la capacidad de influencia de la cadena, lo más probable es que el movimiento desemboque en un sonado fracaso, pues su audiencia aún crecerá más. En cambio, si el objetivo central es dar voz a los sectores más radicales de la América conservadora en detrimento de los sectores moderados del Partido Republicano, sí puede resultar efectiva. Una oposición radicalizada tendría menos opciones de recuperar la Casa Blanca en 2012. Pero el precio de esta victoria política demócrata sería una mayor crispación de la vida política, algo que no favorece al interés general. ♦

El imperio Murdoch contra la BBC: ¿información de pago o gratuita?

Considerado como su sucesor al frente del imperio, el hijo menor de Rupert Murdoch, James, lanzó un duro ataque contra la BBC por “inundar el mercado” de información gratuita, sobre todo en Internet, y defendió a ultranza el sector privado televisivo.

ENRIQUE PERIS

Cobrar o no cobrar por los servicios y la información de calidad en televisión y, sobre todo, en Internet. Esta es, para muchos, la cuestión en esta época de crisis y cambios tecnológicos dramáticos, en que los periódicos cierran y desaparecen, se hunde la economía de muchas empresas informativas centenarias, se pone en entredicho la supervivencia de la propia prensa impresa y se anuncia el final inevitable del periodismo tal como lo hemos conocido.

Como trasfondo de esa cuestión

aparece claramente la discusión, espinosa y feroz a veces, en torno al papel que debe jugar la televisión pública (entendida, en términos ideales, como un servicio a los ciudadanos, independiente y fuera del control y de la influencia del Gobierno y del poder), en el panorama audiovisual de un país: de si debe ser un servicio público amplio y fuerte en cuanto a potencia y protagonismo, como lo es actualmente la BBC británica, o debe reducirse a la mínima expresión, o desaparecer incluso, para no “distorsionar el mercado” y para no “ha-

Enrique Peris es periodista y ha sido corresponsal de TVE en Londres durante siete años.

cer competencia desleal” a los medios privados, que se atribuyen el derecho a ofrecer esas mismas prestaciones con un carácter comercial, en términos de legítimas oportunidades de negocio y, a ser posible, sin interferencias. La incógnita es si esos cambios que se están produciendo y que van a modificar de manera esencial el ejercicio del periodismo y la estructura de las empresas periodísticas, podrán acabar finalmente con el carácter de la BBC y con su tradición de ser siempre un servicio puntero, que cubre un campo amplio y exhaustivo en todos los terrenos del audiovisual (los tradicionales y los de nuevo desarrollo), reivindicando sus objetivos clásicos de informar, formar y divertir y brindando un servicio de noticias riguroso y de calidad, independiente... y gratuito. No parece probable, por el momento, pero eso es lo que propugna enfáticamente James Murdoch, responsable para Europa y Asia de News Corporation, el poderoso grupo mediático que controla, entre otros, el conglomerado British Sky Broadcasting.

Hijo menor de Rupert Murdoch y considerado como su sucesor al frente del imperio forjado por el magnate de origen australiano, el joven y dinámico James lanzó hace unas semanas un ataque sangriento contra la BBC, a la que acusó de tener un tamaño y unas dimensiones desmesuradas y alucinantes y de invadir terrenos que no le correspon-

den. Aprovechando la tribuna del Festival Audiovisual de Edimburgo (el MediaGuardian Edinburgh International Television Festival), James Murdoch hizo una defensa cerrada del sector privado en el terreno de la televisión y de la información en la red, y culpó a la BBC de “ahogar el mercado” con su posición de dominio y de contribuir a arruinar el pluralismo y la independencia del periodismo digital. En su opinión, para mantener ese pluralismo y esa independencia, es esencial que el usuario pague un precio por el servicio y no permitir que la BBC “inunde el mercado” con información gratuita. A Murdoch le duele especialmente la existencia de la página web de la BBC (www.bbc.co.uk): un espléndido servicio de noticias, siempre a la última, y una magnífica fuente de información y de imágenes que está ahí, en Internet, al alcance de cualquiera y gratis, por supuesto. Es, no solo una prestación valiosa para el público en general, sino un auxiliar muy apreciado por periodistas e informadores de todo el mundo, que la consideran una página de referencia. A James Murdoch le parece que ese y otros servicios de la BBC, gratuitos todos, desincentivan la inversión de los competidores de la cadena pública y les ponen muy difícil lanzar o expandir sus propios servicios, sobre todo en la red, y cobrar por ellos y obtener beneficios. “La única garantía fiable, estable y durade-



EPA/LUKAS BARTH

James Murdoch, presidente y director ejecutivo de News Corporation para Europa y Asia, durante la Convención de Medios de Comunicación de Munich (Alemania) del año pasado.

ra de la independencia es el beneficio”, sentenciaba Murdoch en su muy sonada intervención en Edimburgo. Y su queja es especialmente significativa en estos momentos, cuando su grupo (que, por lo demás, tiene prácticamente el monopolio de la televisión de pago en el Reino Unido) se plantea empezar a cobrar por

los servicios *online* de, al menos, dos de sus periódicos más emblemáticos: el *Sun* y el *Times*.

Pero Murdoch se queja también de la competencia de los canales de 24 horas de noticias de la BBC, a la que acusa de estar al margen de las crisis y de los problemas económicos que afectan a otras empresas del sector gracias a la seguridad que le dan sus ingresos, procedentes del canon: la licencia que pagan en el Reino Unido todos los que dispongan de, al menos, un televisor en su casa. El costo anual de esa licencia es actualmente de 142,5 libras (unos 156,5 euros); esa es la tarifa que pagan los poseedores de un televisor en color, porque en el caso, cada vez menos frecuente, de alguien que puede justificar que solo cuenta con un aparato de televisión en blanco y negro, lo que tiene que pagar son 48 libras (algo más de 52 euros al año). En ese sentido, Murdoch protesta por el hecho de que la corporación pública británica disponga de más medios que todos sus competidores juntos, califica al canon de regresivo, pide que se reduzca y exige, en resumen, “una BBC mucho, mucho más pequeña”.

Las críticas y los reproches del joven Murdoch no son nuevos, ni surgen directamente de la actual crisis general de los medios o de la revolución de Internet. Ya hace 20 años, en 1989, su padre, Rupert, en el mismo escenario del Edinburgh International Television Festival, expre-

saba su desprecio por el concepto de la televisión como servicio público que venía a encarnar la BBC y denunciaba el espíritu “anticomercial” imperante en el panorama audiovisual británico. Y antes, su abuelo, Keith Murdoch, un potentado de la prensa en Australia, se oponía, en los años 30 del siglo XX, a la financiación pública de la cadena ABC (Australian Broadcasting Corporation), porque el nuevo servicio de noticias de titularidad estatal constituiría así una “competencia injusta”.

O sea que la cosa viene de familia. Resulta perfectamente explicable, pues, que en la actualidad James Murdoch califique de “autoritario” el modelo audiovisual británico y que critique con dureza, no solo a la BBC, sino al regulador independiente Ofcom, el organismo que controla con eficacia y contundencia las emisiones y el espacio radioeléctrico en Gran Bretaña en interés y defensa de los usuarios y los ciudadanos en general. (Es un panorama bien diferente, por cierto, del que se ha generado en España, donde la regulación y el control han brillado por su ausencia: en el Reino Unido sería inimaginable la proliferación de televisiones piratas, espontáneas, paralelas, ilegales en definitiva, o aleales, o como se las quiera llamar, sean nacionales, locales, municipales o autonómicas). La cuestión es que Murdoch protesta ahora contra el “exceso de regulaciones” que, se-

gún él, “asfixia a la industria audiovisual” en Gran Bretaña. Rechaza, por supuesto, las normas sobre los tiempos y porcentajes de publicidad en televisión inspiradas por la Unión Europea, porque pueden comprometer la viabilidad comercial de las empresas. No acepta que desde un organismo como Ofcom le digan a una cadena lo que puede hacer o no hacer, y decir o no decir en sus programas, y considera, en resumen, que lo que caracteriza a la verdadera independencia es “la ausencia de aparatos de supervisión”. Hay que decir que Ofcom está llevando a cabo actualmente una investigación sobre la posición de dominio de BSkyB en la televisión de pago en el país, y que este operador puede verse obligado a desprenderse de algunos de sus contenidos.

Pero aunque los ataques y las reclamaciones de Murdoch parecerían tener más que ver con la genética familiar y los intereses permanentes de su grupo que con la coyuntura económica y los problemas actuales de los medios, parte de los reproches que aquel lanzó contra la BBC durante y después de su intervención en Edimburgo han debido encontrar cierto eco en algunos sectores de la industria audiovisual británica, inequívocamente afectados por las dificultades del momento. Con todo y ser una auténtica leyenda y “admirada en todo el mundo” (como lo decía, en su respuesta al

Su grupo se plantea empezar a cobrar por los servicios *online* de, al menos, dos de sus periódicos más emblemáticos: el *Sun* y el *Times*.

ataque de Murdoch, Sir Michael Lyons, presidente del BBC Trust, el órgano de gobierno de la corporación), la radiotelevisión pública británica arrastra ciertas contradicciones y ciertos desajustes estructurales y de adaptación que la hacen un tanto vulnerable. Se le atribuye una cierta prepotencia y un gran volumen de gasto: entre otras cosas, se le han reprochado los altísimos sueldos que la corporación paga a algunas de sus estrellas más conocidas, como el presentador Jonathan Ross.

Desde el propio Gobierno laborista, el ministro de Cultura, Ben Bradshaw, ha llegado a dudar públicamente de que el modelo actual de

la BBC sea “sostenible a largo plazo” y a advertir que una reducción de sus ingresos puede ser inevitable. El Gobierno está molesto por el rechazo frontal de la BBC a su propuesta de dedicar una parte del dinero procedente del *licence fee*, es decir, del canon que paga el espectador (que se cifra actualmente en 3.700 millones de libras anuales: más de 4.000 mil millones de euros), a financiar ciertos servicios de las cadenas comerciales de televisión, rivales de la corporación pública. Los conservadores, por su parte, han advertido que, cuando lleguen al poder, limitarán el crecimiento de la BBC, congelarán, como poco, los ingresos por el canon y pondrán un tope a los sueldos de sus profesionales y directivos. Y también en la prensa, en sectores empresariales y entre miembros de la Cámara de los Comunes, la corporación ha sido objeto de críticas frecuentes por la expansión de sus servicios o por algunas de sus operaciones comerciales especialmente conflictivas y chocantes, como la compra (por parte de su división comercial, BBC Worldwide) de la editorial de libros y guías de viajes Lonely Planet.

Curiosamente, los ataques casi fundamentalistas de James Murdoch parecen haber traído la cuestión de la BBC a primer término y van a favorecer un debate que muchos, incluido el Gobierno británico, estaban deseando suscitar.

Respondiendo a Murdoch, el director general de la BBC, Mark Thompson, le acusó de estar absolutamente desconectado de la realidad y al margen de la actitud de la gente y de los espectadores, que –según las encuestas que maneja el grupo público– se sienten, en su gran mayoría, orgullosos de lo que representa la BBC y satisfechos del servicio que reciben a cambio del canon que se paga. Es más, según esos datos, el 69% de la audiencia cree que la información de la radiotelevisión pública es plenamente fiable. Pero el propio Thompson ha reconocido, y lo ha hecho en un mensaje dirigido al personal de la corporación, que va a haber que poner en marcha cambios significativos en la casa y que habrá que adoptar “decisiones difíciles”. El director general admite que la crisis económica, al castigar sobre todo a las cadenas comerciales, ha venido a alterar el equilibrio o el reparto de espacios y papeles entre estas y la BBC, y que el grupo público tendrá que replantearse su situación a partir del apagón analógico, previsto en Gran Bretaña para el año 2012.

Por su parte, Sir Michael Lyons, presidente del BBC Trust, respondió a los ataques de Murdoch con una carta abierta a los usuarios en la que reafirmaba su determinación de seguir ofreciendo a los británicos información fiable y de calidad, imparcial y gratuita, y proclamaba que la presi-

dencia de la corporación tiene que preocuparse por el interés de la audiencia y no por los beneficios o los intereses comerciales de otras empresas u otros medios. También insistía en rechazar la propuesta gubernamental de dedicar una parte del canon (que siempre ha ido en exclusiva a la BBC, que a cambio no emite publicidad) a financiar a otras cadenas que tienen carácter comercial y cuyos ingresos proceden esencialmente de los anuncios. Lyons argumenta que eso debilitaría a la corporación, afectaría a su independencia y dañaría su relación con los usuarios y su responsabilidad con ellos. (En este punto, la BBC recuerda que del canon anual o *licence fee* que paga cada usuario, una pequeña parte –5,5 libras, algo más de seis euros– se destina actualmente a ayudar a ciertos sectores de la población a preparar sus instalaciones domésticas para el cambio de analógico a digital).

Pero, al mismo tiempo, Sir Michael Lyons ha dejado claro que también la BBC tendrá que enfrentarse a un “cambio de época”, y que, para la corporación, ese cambio puede pasar por reducir su tamaño, su envergadura, y reconsiderar o suprimir algunos de sus servicios (para no echar del mercado a otros operadores), aunque sin dejar de ser lo que es. La diversidad de sus emisiones y su oferta, y la variedad de sus fuentes de financiación, “representan la fuerza de la BBC y no su debilidad”, según el presidente,

La presidencia de la BBC ha encargado a su director general, Mark Thompson, un estudio y un dictamen detallado sobre el modelo y las dimensiones ideales del grupo.

que afirma que la entidad tiene que ser más eficaz y mantener su independencia e imparcialidad informativa, pero “con un modelo y unas dimensiones adecuadas”, es decir, que “no sea más grande de lo necesario”. En particular, Lyons mencionaba la posibilidad de limitar los sueldos más altos y de reducir parte de las actividades de BBC Worldwide, la división comercial de la corporación: una activa y muy rentable unidad de negocio con amplias ramificaciones en sectores muy diversos (ventas y distribución, revistas y publicaciones, canales temáticos, programas, contenidos, licencias, etc.) y que en el último año ha tenido una facturación de más de

1.000 millones de libras (casi 1.100 millones de euros).

Para todo eso, la presidencia de la BBC ha encargado a su director general, Mark Thompson, que lleve a cabo un estudio urgente y amplio y un dictamen detallado sobre el modelo y las dimensiones ideales del grupo público, sobre sus límites y sobre las áreas y sectores en que debe concentrarse en el futuro y, en definitiva, sobre el papel de la BBC en el inmediato futuro digital. Se anuncia una reforma —el tiempo dirá cómo de radical y significativa—, basada, eso sí, “en la voluntad de la gente, es decir, de los que pagan el canon y mantienen la corporación, y no respondiendo a presiones políticas o comerciales”, en palabras de Sir Michael Lyons, que también advierte de que habrá que tomar “decisiones difíciles”. Así pues, algo tendrá que cambiar para que la BBC siga siendo lo que siempre ha sido.

Porque, como decía Mark Scott, director ejecutivo de la televisión pública australiana ABC, comentando las aspiraciones de Murdoch, si este consiguiera su propósito de acabar con la BBC tal como la conocemos, eso sería “una tragedia para el Reino Unido y para el mundo”. La corporación pública británica sigue siendo una gran referencia y un gran motor y una fuente de actividad para la poderosa industria audiovisual de Gran Bretaña, y aunque algunos le reprochan su altanería, su omnipresencia y su tendencia a gastar sin tasa, y no

entienden que pueda estar al margen de la crisis y que pretenda seguir creciendo, frente a los problemas que afectan a los demás, lo que está claro es que gran parte de esa industria, desde los artistas y creadores hasta los productores, y sobre todo muchos productores independientes, verían con gran preocupación que la BBC tuviera que renunciar a una parte sustancial de sus proyectos y actividades, y más, precisamente, en tiempos de dificultades generales y recortes y caídas de ventas y contratos.

En España, que las cadenas privadas acusaran a la radiotelevisión pública de hacerles una competencia desleal y exigieran restricciones para ella, cuando no su desaparición pura y simple, ha sido una tradición constante desde el nacimiento de aquellas. Y RTVE ha tenido muy mala defensa. En el Reino Unido, la BBC ha sabido y podido mantenerse como un servicio público y un valor democrático, y conservar, desde la primera *Royal Charter*, en 1927, una imagen de ecuanimidad y de independencia, al margen de las presiones e influencias del poder político y económico y de las servidumbres comerciales y presupestarias.

Así que, aunque muchos le tienen ganas a la BBC, y aunque el ataque vitriólico del heredero del imperio Murdoch ha llegado en el momento en que más receptividad podía encontrar, hasta el punto de que bas-

tantes comentarios parecen haber saludado el mensaje como necesario y útil para el debate, todo indica que la corporación tiene argumentos y fuerza moral para resistir los embates y seguir con lo esencial de su oferta de programas e información. Murdoch se queja de que la BBC se cree con derecho a ofrecer, de forma gratuita, servicios que deberían ser cosa del mercado (y de pago). Pero con todos sus problemas y desajustes, y a pesar de que corren malos tiempos, la BBC parece seguir contando, en el Reino Unido, con el respaldo de la gente, del público, espectador asiduo o no (BBC 1 sigue siendo la cadena con más audiencia: en torno al 20% del *share*, varios puntos por delante de la comercial ITV, mientras Sky, con sus emisiones por satélite, se lleva entre el 7 y el 8%). Y en el exterior sigue siendo un poderoso instrumento de difusión de la imagen y la cultura del país. En general, es –y cabe esperar que por mucho tiempo– una valiosa fuente de información y ejemplo y referencia positiva de lo que se puede hacer desde una televisión pública... que alguien paga, porque la televisión de calidad no es precisamente barata, ni es siempre fácil de justificar en un panorama donde el control, aun el control democrático, está mal visto y donde, según la doctrina Murdoch, la independencia equivale y va unida a la ausencia de cualquier tipo de supervisión y su mayor garantía es el beneficio. ♦

Berlusconi intenta el control total de la información en Italia

Para el primer ministro italiano no basta con dominar los seis canales televisivos más importantes: tres de la RAI y otros tres de Mediaset, grupo del que es propietario. Los ataques, intimidaciones y demandas contra los pocos medios críticos con su Gobierno se han disparado en los últimos tiempos.

ÁNGEL GÓMEZ FUENTES

Silvio Berlusconi sueña con una información que le trate como *L'Osservatore Romano* hace con el Papa. Todos los discursos, las homilias y las audiencias del Pontífice son recogidos fielmente por el órgano oficial de la Santa Sede, con trato reverencial y nunca crítico. “Ese es el modelo que le gustaría a Berlusconi”, según dijo Eugenio Scalfari, fundador del diario *La Repubblica*, bestia negra del primer ministro italiano.

El propio Berlusconi no se anda con rodeos sobre sus intenciones. Delante de las cámaras de la RAI, defi-

nió como “inaceptable” que la televisión pública pueda criticar al Gobierno. En rueda de prensa, anunció que responderá solamente a las preguntas que sean de su agrado y se refieran a realizaciones de su Gobierno. A quien le critica, Berlusconi le tilda de antiitaliano, identificando en su persona lo patriótico y lo italiano, hasta el punto de gritar “¡Viva Italia! ¡Viva Berlusconi!” al término de una declaración en la que descalificó a periodistas y jueces, y trató con desprecio al presidente de la República italiana, Giorgio Napolitano, cuando el Tribunal Constitucional

Ángel Gómez Fuentes es periodista, ex corresponsal de TVE en Roma, Nueva York y París.

anunció, el pasado 7 de octubre, que consideraba ilegítimo y, por tanto, inconstitucional la ley de inmunidad conocida como *Laudo Alfano*, que ha mantenido paralizados cuatro procesos contra el primer ministro.

En esos días de tensión, Berlusconi habló de complot contra él y reiteró sus ataques a la prensa extranjera, ya que, en su opinión, tiene una percepción “contraria a la realidad” de la situación actual en Italia, “porque se relaciona solamente con periódicos italianos de izquierdas”.

Para Silvio Berlusconi, esos periódicos de izquierdas son fundamentalmente dos: *La Repubblica* y *L'Unità*. En una reunión con empresarios, les pidió que se rebelaran contra el primero, porque “me desacredita a mí y a los productos italianos”. El mensaje era claro. Berlusconi estaba pidiendo que no se financie con publicidad a los periódicos que no se atienen a sus normas.

Diez preguntas sin respuesta

La Repubblica es “culpable” de haber formulado diez preguntas a Berlusconi, poco después de que estallara el escándalo por sus relaciones con prostitutas y menores. Estas son las cuestiones:

1. ¿Cuándo ha conocido a Noemi Letizia? ¿Cuántas veces se ha encontrado con ella y dónde? ¿Ha frecuentado y frecuenta a otras menores?
2. ¿Cuál es la razón que le ha obli-

gado a no decir la verdad durante dos meses, ofreciendo cuatro versiones distintas sobre su relación con Noemi?

3. ¿No le parece grave haber recompensado con candidaturas a elecciones políticas y promesas de responsabilidad a chicas que le llamaban “papi”?

4. Usted ha pasado con una prostituta la noche del 4 de noviembre de 2008 y son decenas las “jóvenes de compañía”, según las investigaciones, conducidas a sus residencias. ¿Sabía que eran prostitutas?

5. ¿Ha sucedido que “vuelos de Estado”, sin su presencia a bordo, hayan transportado a sus residencias las huéspedes de sus festines?

6. ¿Puede decir con certeza que sus contactos no han comprometido asuntos de Estado? ¿Puede asegurar al país que ninguna mujer que haya sido su huésped tiene en su mano el arma del chantaje?

7. Su conducta está en contradicción con sus políticas: ¿usted podría hoy participar todavía en el “Family Day” o firmar una ley que castigue al cliente de una prostituta?

8. ¿Considera posible todavía presentar su candidatura a la presidencia de la República? ¿Ve posible cumplir con las funciones de primer ministro?

9. Usted ha hablado de un proyecto subversivo que le amenaza. ¿Puede garantizar no haber usado ni querer usar servicios secretos y po-

Las respuestas de Silvio Berlusconi, sin citar las diez preguntas del diario *La Repubblica*, son evasivas y siempre exculporias.

licías contra testigos, magistrados y periodistas?

10. Teniendo en cuenta todo lo que ha salido a la luz pública en estos dos meses, ¿cuáles son, señor presidente, sus condiciones de salud?

Estas diez preguntas se originaron a raíz de una declaración de la mujer de Berlusconi, Verónica Lario, a la agencia Ansa, en la que anunciaba su intención de divorciarse tras conocer que su marido había asistido a la fiesta de cumpleaños de Noemi Letizia. Tras calificar de “basura sin pudor” la pretensión de Berlusconi de recurrir a *misses* y a jóvenes, cuyo único mérito era poco más que la belleza, para presentar-

las como candidatas a diputadas al Parlamento Europeo y renovar la clase política, Veronica Lario concluía así el duro ataque a su marido: “No puedo permanecer con un hombre que frecuenta a menores”.

Tan solo seis meses después, Silvio Berlusconi respondió a algunas de esas preguntas en un libro de un periodista fiel, siempre servicial, Bruno Vespa, presentador del programa *Porta a porta* de la RAI y colaborador de su revista *Panorama*. Para que todo quede en casa, el libro, a la venta desde el 7 de noviembre, lo publica la editorial de su propiedad, Mondadori.

Las respuestas de Silvio Berlusconi, sin citar las preguntas de *La Repubblica*, son evasivas y siempre exculporias. Así, sobre Noemi Letizia, afirma que nunca ha mantenido “relaciones con esa señorita. Son solo calumnias”.

El diario *La Repubblica* subrayó que en las respuestas de Berlusconi hay mentiras, contradicciones y silencios, y llegan con “muchísimo retraso”, lo que es también muy significativo. Su director, Ezio Mauro, apuntó en un editorial que “se ha demostrado que las preguntas eran necesarias y legítimas, pero queda una última inevitable cuestión: señor presidente, ¿cuál es la razón que le impide decir realmente la verdad a sus ciudadanos acerca de estas cuestiones?”.

La oposición de centro izquierda

tampoco se dio por satisfecha con esas respuestas y pidió a coro que Silvio Berlusconi acuda al Parlamento para hablar de ello. No lo hará, porque Berlusconi prefiere la política espectáculo.

Querellas contra periódicos

Por estas diez preguntas, Silvio Berlusconi se había querellado, mucho antes, contra *La Repubblica* y *L'Unità*, pretendiendo que un juez callase a esos dos periódicos, a los que el hombre más rico de Italia ha pedido una indemnización de tres millones de euros. Berlusconi interpuso también demandas contra el diario *El País*, por la publicación de unas fotografías sobre una de sus fiestas en la villa de Cerdeña, y contra el semanario francés *Le Nouvel Observateur*, por una información sobre una supuesta infiltración de la mafia rusa en el Gobierno de Italia.

Cuando el escándalo de las prostitutas y jóvenes *velinas* llenaba todavía páginas de la prensa italiana e internacional, el corresponsal de *El País* en Roma, Miguel Mora, le preguntó, el pasado 10 de septiembre, tras pactar la cuestión con el resto de los periodistas españoles, si pensaba dimitir. Berlusconi, que ofrecía junto al presidente José Luis Rodríguez Zapatero una rueda de prensa en La Magdalena (Cerdeña), le respondió en tono intimidatorio:

“Podría decir muchas cosas sobre lo que escribe su periódico, pero deben ustedes abrir los ojos y no ser facciosos. Los periódicos están perdiendo tirada y publicidad y se arriesgan a la quiebra empresarial. *El País* sabe mucho de eso”. En realidad, el acto que cerraba la cumbre hispano-italiana no fue una rueda de prensa, sino un espectáculo de Berlusconi. En una respuesta que duró unos diez minutos, Berlusconi afirmó que nunca pagó a una prostituta y que era el mejor primer ministro en los 150 años de historia de Italia. Se mostró además como víctima: “He interpuesto causas contra la libertad de prensa (sic), para tratar de poner fin a la libertad de calumnia y a la desinformación. Muchos periódicos citan frases mías que no he pronunciado y eso demuestra que la realidad de los periódicos es distinta a la de los políticos. ¡Pobre Italia, con esta información!”.

Intimidación a la Iglesia y a políticos

Las intimidaciones y los ataques de Silvio Berlusconi a la libertad de información se han ido incrementando desde su llegada al poder. Quien se atreve a protestar o criticar al Gobierno corre el riesgo del descrédito. Es lo que le pasó a Dino Boffo, director del periódico de la Conferencia Episcopal italiana, *Avvenire*. Boffo se vio obligado a dimitir por

BBVA, trabajamos por un futuro mejor para las personas.



Trabajamos en cooperación con las sociedades desde acciones puntuales y por otro lado, implementamos toda una serie de programas más estructurados de las mismas entidades propiamente de Responsabilidad Corporativa.

Acciones y resultados:

- Más de **38.000 caudales** en Depósito más accesible desde 2004 a personas de 3.000 Euros, a una edad, sin carenencia ni restricciones, a través del **Programa Incentivo dentro del Plan Familia**.
- Más de **47.000 niños** de colegios desfavorecidos de **10 países** de América Latina, han sido beneficiarios en total a través del **Programa BBVA Beca de Ingresión**. Un programa incluido en el Plan de Acción Social para América Latina, al cual BBVA aporta el 14 de los beneficios generados en la región.
- Más de **8.000 jóvenes de 10 países** han participado en las 24 ediciones de la **Fuera General BBVA**, programa cultural y de promoción en el que se desarrolla el espíritu de emprendimiento, innovación y el aprendizaje en equipo.
- En 2013 creamos la **Fundación Microfinanzas BBVA** con un objetivo de 200 millones de euros, para la promoción de las microfinanzas, a través de la creación de **una red de entidades microfinancieras** principalmente ubicada en América Latina, con la finalidad de apoyar y fortalecer al sector a los servicios financieros a sectores muy vulnerables, con una especial atención a las actividades microempresariales. La Fundación ha creado alianzas con entidades en Perú, Colombia, Puerto Rico y Costa Rica, que atienden ya a casi **1.700.000 personas**.

su presunta homosexualidad tras los ataques de *Il Giornale*, el periódico de la familia Berlusconi. Pagaba así por sus críticas, aunque moderadas, sobre el comportamiento privado del primer ministro. Además de lograr la cabeza del director del influyente periódico, Berlusconi enviaba una advertencia a la Iglesia, para que se abstuviera de dar juicios de valor sobre sus escándalos, y a los directores de periódicos, para que no pusieran sus antenas en dirección hacia los asuntos turbios del primer ministro. Poco después, de nuevo, su periódico, *Il Giornale*, lanzaba otra advertencia contra el presidente del Congreso de los Diputados, Gianfranco Fini, por haberse mostrado distante y crítico con Berlusconi. En tono amenazante, Vittorio Feltri, director de *Il Giornale*, le recordaba a Fini que su nombre podía estar implicado en un informe del pasado, dando a entender que aparecían explícitas alusiones sexuales.

Su afán por controlar las fuentes informativas se debe a que Berlusconi ha llevado el debate político no al Parlamento, sino a los medios de comunicación, y sobre todo a la televisión, convertidos en un verdadero campo de batalla. Para el primer ministro italiano, que se desayuna todos los días con una encuesta y gobierna a golpe de los números de esos sondeos, los datos de las audiencias son fundamentales. En la campaña electoral para las elecciones

europas del 9 de junio, el 69,3% de los electores se informó y eligió a quien votar por medio de las noticias y comentarios de los informativos televisivos, según un estudio del Centro de Estudios de Políticas Sociales.

Estrella televisiva

Berlusconi no se conforma con controlar todo el universo televisivo italiano, los seis canales más importantes: tres de la RAI (televisión pública) y otros tres de Mediaset, grupo del que es propietario. Su presencia en la televisión es fija, como si fuera de plantilla. Aparece como un hombre solo contra todos, o al menos así actúa, fundamentalmente por tres motivos: en primer lugar, el escándalo sexual en que se ha visto envuelto le ha irritado más que las polémicas por su grave conflicto de intereses y le ha hecho bajar en popularidad; en segundo lugar, en su mayoría de Gobierno hay divisiones y rivalidades políticas, personales y territoriales (Gianfranco Fini, por ejemplo, le disputa el liderazgo de la derecha); y finalmente, la oposición política de centro izquierda está dividida y sin fuerte liderazgo. Así las cosas, la única verdadera oposición que preocupa a Berlusconi es la que le puede venir de los pocos medios que le critican e indagan en su vida pública y privada, dos niveles que en su caso vie-

El primer ministro italiano italiano ha llevado el debate político no al Parlamento, sino a los medios de comunicación, convertidos en un verdadero campo de batalla.

nen a ser lo mismo porque en su actividad todo se mezcla.

Una de las mayores anomalías del sistema de información en Italia se centra en la televisión pública. Berlusconi considera la RAI como su casa. Por eso, le indigna que el programa *Annozero* emita una entrevista con la prostituta que pasó una noche en su residencia romana, Patrizia D'Addario, que apareció en la cadena estatal meses después de comparecer en varias televisiones europeas. El programa fue definido como una “porquería, infame y vergonzosa” por el ministro de la Actividad Productiva, Claudio Scajola, quien, por mandato de Berlusconi,

decidió abrir una investigación sobre el programa, en lugar de ocuparse –y tarea no debería faltarle– del desarrollo económico italiano, como le exige su cartera ministerial. Tal medida supone marginar incluso a la dirección general de la RAI, su consejo de administración y la comisión parlamentaria de vigilancia.

La extraordinaria anomalía que representa su conflicto de intereses ha llevado a Berlusconi a atacar el canon de la RAI, la tasa anual de poco más de 100 euros que paga quien tiene un televisor. Silvio Berlusconi advirtió que, en la actualidad, no lo abona el 35% de los italianos, cifra que puede subir al 50% a final de año. Además, *Il Giornale* y otro periódico próximo, *Libero*, han hecho campaña para incitar a no pagar el canon. Se trata de algo insólito, que roza lo ilegal, porque el canon es un impuesto y evadirlo es un delito. Obviamente, a Berlusconi le interesa una televisión pública débil, sin recursos, porque así puede afrontar con ventaja la batalla de las audiencias.

La mordaza, directa o indirecta, también la puede ejercer sobre la prensa. En efecto, la financiación pública a los periódicos cuesta al ciudadano italiano casi 1.000 millones de euros al año, un tema polémico con dos bandos: de una parte, los que defienden esa lluvia de dinero público porque así se tutela el pluralismo de la información; de otra, los que critican el derroche del dinero

público que, a veces, financia incluso periódicos fantasma. De ese dinero público se benefician tanto los mayores periódicos italianos (el grupo del *Corriere della Sera*, con una subvención de 23 millones, *La Repubblica* –16 millones– e *Il Sole* –19 millones–) como los más pequeños, o los cotidianos de izquierda como *Il Manifesto* (4,4 millones de euros) y “L’Unità” (9 millones).

Quienes consideran que en Italia existe un alto índice de libertad de prensa y que los medios no están amordazados ponen como ejemplo la subvención a los periódicos de izquierdas, muy críticos desde su nacimiento con el Estado y el Gobierno. Pero no hay duda de que en el fondo subyace el tema de la independencia, que es la base para que pueda haber instituciones de control que en democracia son absolutamente necesarias.

Francia es el único país europeo en que se da financiación pública, desembolsando 250 millones de euros, pero solamente a los periódicos de partido o con poca publicidad.

‘Predador de la libertad de prensa’

Las señales preocupantes sobre la libertad de prensa y el pluralismo han llevado incluso al presidente de la República, Giorgio Napolitano, a pedir que la televisión, especialmente la pública, tenga en cuenta el “insustituible valor del pluralismo”.

El presidente de la República, Giorgio Napolitano, ha pedido que la televisión, especialmente la pública, tenga en cuenta el “insustituible valor del pluralismo”.

La misma preocupación han expresado instituciones internacionales. Así, la OSCE (Organización para la Seguridad y la Cooperación en Europa) ha pedido a Berlusconi que retire sus denuncias por difamación contra *La Repubblica* y *L’Unità*. Igualmente, Reporteros Sin Fronteras, por medio de su secretario general, Jean-François Julliard, ha advertido a Silvio Berlusconi de que está a punto de pasar a integrar su lista de “predadores de la libertad de prensa” [ver el artículo titulado “Examen a la libertad de prensa”, publicado en este mismo número de *Cuadernos de Periodistas*] por sus ataques y demandas contra medios de comunicación. “Se-

Gracias por compartir nuestros primeros 85 años.

En Telefónica queremos agradecerte que desde 1924 nos permitas formar parte de tu vida. En las llamadas que haces a los tuyos desde el teléfono fijo, tus mensajes del móvil para quedar con tus amigos o cuando entras en Internet para compartir lo que vives con el resto de tu mundo. 85 años ofreciéndote soluciones de comunicación, tanto personales como profesionales. Y esto es sólo el principio. Por delante, muchos años más por compartir. Gracias.

Este es nuestro equipo. Esto es Telefónica.



Telefónica

www.telefonica.es

ría la primera vez –añadió Julliard– que lo hiciera un líder europeo”.

A la hora de valorar el índice de libertad de prensa, Reporteros Sin Fronteras deja malparada a Italia, que retrocede cinco posiciones en la última clasificación y se sitúa en el puesto 49, lo que supone la peor puntuación entre los seis países fundadores de la Unión Europea. Este retroceso se explica por las presiones de Silvio Berlusconi sobre los medios de comunicación, los ataques de la criminalidad organizada y por el proyecto de ley Alfano, como se denomina un texto muy polémico que prevé penas de cárcel para los periodistas que osen publicar el contenido de interceptaciones telefónicas, como las que salieron de Berlusconi: unas, relacionadas con su último escándalo de prostitutas y, otras, en las que recomendaba una amiga a un alto responsable de la RAI.

Periodistas intimidados y amenazados

Hay otros aspectos que agravan aún más lo que algunos llaman “anomalía italiana” y que convierten a este país en más frágil que otras democracias europeas. Lo cuenta así el escritor Roberto Saviano, condenado a muerte por la Camorra por contar sus entresijos en el libro *Gomorra* y que hoy se encuentra bajo fuerte protección policial: “En 2003,

John Kerry, entonces candidato a la Casa Blanca, presentó en el Congreso un documento titulado *The New War*, en el que se señalaba a las tres mafias italianas como tres de los cinco elementos que condicionan el libre mercado mundial, cuantificando en 110 millardos de dólares al año la montaña de dinero que reciclan las mafias en Europa. Italia es el segundo país del mundo en hombres bajo protección, después de Colombia. Y en Europa ostenta un récord absoluto: en los últimos tres años ha habido unos 200 periodistas intimidados y amenazados por sus artículos, muchos de los cuales han acabado bajo protección. La escolta concedida a quien trabaja en el terreno de la información se da precisamente en nombre del principio de la libertad de expresión y de la libertad de prensa. Comparto el destino de estas personas en gran parte desconocidas o ignoradas por la opinión pública, viviendo la condición de quien se encuentra físicamente amenazado por aquello que ha escrito. Y comparto con ellos la experiencia de quien sabe lo peligrosos que son los mecanismos de la difamación y del chantaje”.

Es verdad que el poder político intenta siempre condicionar a los medios de comunicación. Obviamente, no solo en Italia. La gran anomalía italiana, que constituye un caso único en Europa, es que el principal propietario de las televisiones

Contra la gran anomalía italiana y para exigir libertad de prensa se echaron a la calle en Roma, el pasado 3 de octubre, decenas de miles de ciudadanos.

privadas, accionista mayoritario de uno de los más grandes grupos editoriales de Italia, Mondadori es al mismo tiempo, jefe de Gobierno y destacado líder de la mayoría gubernamental, que controla además la televisión pública. Se trata de un gigantesco conflicto de intereses.

Manifestación por la libertad de prensa

Contra esa anomalía y para exigir libertad de prensa se echaron a la calle en Roma, el pasado 3 de octubre, decenas de miles de ciudadanos. Los ataques de Silvio Berlusconi contra los medios críticos fueron rechaza-

dos por los manifestantes al grito de “somos todos *farabutti* (canallas)”, calificativo que emplea habitualmente Berlusconi contra los periodistas.

La manifestación fue un éxito, pero la RAI volvió a dar la nota. El director del informativo del primer canal, Augusto Minzolini, nombrado a dedo por Berlusconi para ese cargo, apareció en imagen para calificar de absurdo el que algunos piensen que está en peligro la libertad de prensa en Italia. La posición de Minzolini fue muy criticada por el centro izquierda, al considerarla incompatible con el servicio público radiotelevisivo. Era una posición sin precedentes, pero acorde con la línea marcada por Berlusconi, que no es otra que la de buscar fieles servidores de sus intereses. Augusto Minzolini había dejado ya muy claro ese sometimiento al poder cuando evitó dar en el informativo noticias sobre el escándalo de Berlusconi con prostitutas. Entonces, argumentó que esa información era un cotilleo, algo referido a la vida privada del jefe de Gobierno.

Sin embargo, a finales de octubre, saltaba un nuevo escándalo que implicaba también a un político, esta vez del centro izquierda. Y, en esa ocasión, la información que dio el informativo dirigido por Augusto Minzolini fue abundante y llena de particulares: Piero Marrazo, presidente de la región del Lazio, cuya capital es Roma, fue sorprendido vio-

lentamente in fraganti por dos carabinieri (policía militarizada) en el apartamento de un transexual brasileño, llamado Natali, a comienzos de julio. Para chantajear al político del Partido Democrático, los policías grabaron con el teléfono móvil un vídeo en el que aparece Marrazo en camisa, con imágenes de cocaína en una mesita. Piero Marrazo, según confesó al juez, había concordado con el transexual un pago de 5.000 euros por la prestación sexual y la cocaína, dinero que se guardaron los carabinieri, a los que, además, dio tres cheques por un total de 20.000 euros.

El escándalo adquirió tal dimensión que Marrazo se vio obligado a dimitir a la semana siguiente. Anunció que abandonaba la política, afirmando que se encuentra en “condiciones personales de sufrimiento extremo”.

La consideración importante que cabe hacer es que un político, representante del pueblo, no debe ponerse en condiciones de ser extorsionado o chantajeadado. Marrazo cometió un error muy grave y su dimisión era inevitable. Pero eso vale tanto para Marrazo como para Silvio Berlusconi. Es más, la pregunta que muchos italianos se hacen hoy es la siguiente: ¿Es más grave frecuentar un transexual o la corrupción de un testigo y un juez? Berlusconi ha si-

do declarado “corresponsable de corrupción” de un juez, lo que permitió a su grupo Fininvest hacerse con el control de la Editorial Mondadori. En consecuencia, una reciente sentencia ha condenado a Fininvest a pagar 750 millones de euros a Carlo de Benedetti, gran rival de Berlusconi. El primer ministro ya ha anunciado que no piensa dimitir, ni siquiera si es condenado en los juicios que tiene pendientes por corrupción.

La anomalía que vive Italia motiva que se termine por deformar la opinión pública. De ahí que el escritor Claudio Magris, Premio Príncipe de Asturias de las Letras, afirmaba en un reciente artículo que, “antes, en la escuela elemental se enseñaba que no se podían sumar litros a los kilos o metros, cosa que ahora se hace normalmente, en un coro de mentiras y mentirosos. Ahora, en la Italia actual todo se mezcla, todo vale igual, porque se están perdiendo valores”. Magris evocaba con nostalgia y amargura la figura de Norberto Bobbio, el gran jurista, filósofo y politólogo italiano, y concluía: “El maestro laico Bobbio encarna exactamente lo que le falta a Italia cada día de forma más evidente: la capacidad de razonar, de distinguir, premisa fundamental de la honestidad hacia los demás y hacia uno mismo”. ♦

¿Ley de Medios o 'Ley Mordaza'?

Los Gobiernos de Argentina, Honduras, Venezuela y Ecuador buscan legitimar la censura mediante leyes que controlen a los medios locales. Las amenazas a los periodistas cada vez son más frecuentes. Un nuevo desafío para la libertad de prensa y de expresión latinoamericanas.

ÁNGEL SASTRE

El periodismo en Latinoamérica sigue siendo una profesión complicada. En varios países, los mandatarios han empezado a utilizar la “ley de medios” como una receta para la censura. Aunque con una diferencia respecto a las dictaduras que asolaron el continente en los años 70, ahora los Gobiernos de turno legitiman la mordaza aprobando leyes.

El último caso lo tenemos en Argentina, donde el Gobierno de los Kirchner continúa conformando un lienzo de favores y prebendas. Le faltaba una pieza fundamental: un mapa de medios a su medida que le per-

mita pavimentar sus sueños de cara a 2011. Finalmente, y no exento de polémica, el Senado aprobó la Ley de Servicios de Comunicación que pretendía la Casa Rosada y que le otorga un mayor poder sobre los medios.

Entre los principales puntos polémicos está el control que ejerce el Gobierno sobre el organismo que vigilará la asignación de frecuencias de radio y televisión, encargado además de la renovación de las licencias. El Estado podrá elegir hasta cinco de sus siete miembros. La nueva ley, que divide el espectro radioeléctrico en tres partes iguales (una, para el Estado, otra, para medios co-

Ángel Sastre es corresponsal de Onda Cero y *La Razón* en Iberoamérica.

munitarios y el tercio restante, para los privados), asimismo omite regular la publicidad oficial, lo que le da un mayor poder al Gobierno para presionar con la publicidad a medios más débiles.

También limita las licencias y obliga a las empresas a deshacerse de los canales en un plazo de un año. Las licencias deberán ser malvendidas y podrán ser compradas por empresarios afines al poder o por el propio Gobierno.

'Clarín', en el punto de mira

Desde su origen, el proyecto apuntó específicamente contra el principal grupo multimedia del país, Grupo Clarín. El desencuentro comenzó durante el conflicto con el campo y se profundizó durante la campaña para las elecciones legislativas de junio, cuando el ex presidente Néstor Kirchner popularizó su coletilla: "¿Clarín miente?".

Después, llegó la sorpresiva nacionalización de los derechos de retransmisión del fútbol. Y más recientemente aún, el injustificado operativo intimidatorio de cientos de agentes de hacienda en la sede del diario. Pero más allá de mandar un fuerte aviso a los medios incómodos y de promover una prensa más dócil frente al poder político, Néstor Kirchner cree que el triunfo parlamentario de esta ley borrará de la memoria colectiva la derrota electo-

ral del oficialismo el pasado 28 de junio. Pura ilusión.

Honduras: volviendo al pasado

Los golpes de Estado también pueden llegar a ser respaldados por la Corte y el Parlamento. El caso más claro lo tenemos en Honduras, donde el Gobierno golpista de Roberto Micheletti expulsó por la fuerza al presidente Manuel Zelaya.

Acto seguido decretó un virtual Estado de sitio y cerró el Canal Cholutat Sur y Radio Globo, los dos únicos medios audiovisuales que apoyaban abiertamente al defenestrado Zelaya. En la oscuridad de la noche, una patrulla del Ejército allanó y sacó del aire a la emisora y, poco después, al canal de televisión.

Horas después de ser clausurada a "culetazos", Radio Globo estaba nuevamente transmitiendo por el sitio web radioglobohonduras.com con un micrófono conectado a una computadora portátil en un estudio secreto montado en una casa de dos pisos, en un callejón adornado con farolillos rojos. Los locutores transmitían junto a una cama con muñecos de peluche. El olor a comida que llegaba de la cocina se colaba por debajo de la puerta, igual que los ladridos de los perros del vecindario. Una burla a la censura sin gloria.

El resto de medios parecían mudos. Muchos de ellos ofertaban novelas y sorteos de lotería en el mismo momen-

to en que el país se enfrentaba a una grave crisis institucional desatada por el secuestro de su presidente. Cuando Canal 36 fue cerrado, sus contenidos fueron sustituidos por dibujos animados del Quijote. También durante el fallido golpe de Estado en Venezuela en el año 92, la señal fue interrumpida. En lugar de retransmitir los fatídicos hechos, los canales emitieron dibujos de Disney. Es la caricatura de la censura y de los golpes de Estado.

Faltaba la puntilla. Las autoridades interinas en Honduras emitieron un decreto que estipula el cierre de medios de comunicación si se considera que el contenido que estos difunden pone en peligro la “seguridad nacional”.

El decreto que penalizaba a cualquier medio de comunicación que, “de acuerdo con la opinión de las autoridades”, incite al odio o a la violencia es percibido como una amenaza directa por Canal 36 y Radio Globo. Sin embargo, sectores ligados a Zelaya señalan que algunas emisoras partidarias del Gobierno de facto llaman “asesinos” a los zelayistas, pero contra estas no ha habido ninguna acción represiva.

Finalmente, y aunque el decreto

quedó revocado, los medios de comunicación incómodos recibieron el aviso: “Si te pasas, te saco del aire”.

Triste historial

Los problemas que atraviesa la prensa en Honduras vienen de lejos. “Un pequeño número de empresarios poderosos con influencias comerciales, políticas y vínculos familiares son dueños de la mayoría de los medios de comunicación del país”. Esta conclusión aparece en el informe 2008 de derechos humanos de la Embajada de Estados Unidos en Honduras, elaborado cuando todavía gobernaba George Bush.

También a comienzos de 2008, la Agencia Francesa de Prensa (AFP) concluyó que “el periodismo es una profesión despreciada en Honduras”. Según un despacho fechado en Tegucigalpa el 21 de febrero de 2008, “encontronazos entre Gobierno y dueños de medios de comunicación, compraventa de información, chantajes y calumnias salpican a diario el ejercicio del periodismo en Honduras, una profesión cada vez más degradada, según los analistas”.
Julieta Castellanos, asesora hon-

En Honduras, los grandes comunicadores con incidencia masiva en televisión y radio pueden ser registrados como los zares de la corrupción.

dureña sobre Gobernabilidad del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y autora del informe *Honduras: prensa, poder y democracia*, añadió: “Hay mucho atropello de la prensa. El periodista ha tendido a suplantar a la justicia”.

Estas prácticas se ven favorecidas por los sueldos bajos, que, en muchos casos, se limitan al salario mínimo. Asimismo, la ignorancia de la población facilita el encubrimiento de la noticia.

En Honduras, existen cuatro diarios de circulación nacional, propiedad de tres familias, en tanto la radio y la televisión están controladas por un cuarto grupo. También tienen relevancia dos revistas de papel, una de ellas en inglés. “Un reducido grupo de empresarios monopoliza la libertad de expresión puesta al servicio de sus propios intereses económicos y políticos, a la vez que explota una rentable veta de negocios”, denunció la periodista hondureña María Teresa Castellanos en su artículo “Los dueños de Honduras”.

Los grupos de poder utilizan a los medios para blanquear corruptelas. Bajo esta lupa, los grandes comunicadores con incidencia masiva en televisión y radio pueden ser registrados como los zares de la corrupción.

De hecho, muchos analistas coinciden en que el golpe de Estado derivó de los ataques que Manuel Zelaya emprendió contra la prensa y, por tanto, contra las poderosas fa-

milias que controlan los grupos multimedia.

El más reciente capítulo americano de turbulencia institucional origina un nuevo desafío de coordinación política regional. El episodio hondureño hace reaparecer fantasmas con respecto al riesgo de la suspensión del Estado de derecho, el atropello arbitrario y forzado de la gobernabilidad democrática y el aislamiento internacional. A la vez, es un nuevo desafío para la prensa.

Venezuela: la censura a decretazo

En Venezuela, el oficialismo controla la Asamblea Nacional. La oposición decidió retirarse en las legislativas y dejar en manos de Hugo Chávez los designios del país. Con el Congreso como herramienta, el mandatario caribeño ha aprobado todo tipo de leyes. Desde la nueva Ley de Educación hasta la Ley Habilitante, que le concede “superpoderes” para gobernar por decreto.

Sin embargo y de forma sorprendente, no fue capaz de sacar adelante la Ley de Delitos Mediáticos, con la que pretendía controlar a los medios locales. El proyecto de ley presentado, en julio, por la fiscal general castigaba los “delitos mediáticos” con cárcel. Una medida sin precedentes en la cruzada emprendida por el Gobierno contra la prensa, que evoca las oscuras épocas de las

dictaduras latinoamericanas con sus cláusulas arcaicas para los llamados delitos mediáticos.

La propuesta suponía un serio retroceso para la libertad de expresión y la democracia en Venezuela, además de una forma represiva de silenciar las voces críticas e independientes dentro del país. Numerosas organizaciones pusieron el grito en el cielo. El Colegio Nacional de Periodistas (CNP) de Venezuela protestó contra el proyecto y alertó que coloca a los ciudadanos a un paso de ser penalizados por sus opiniones. “¿Qué entiende la Fiscalía por delito mediático? ¿El uso deliberado de un adjetivo? ¿Una apasionada polémica pública entre dos articulistas? ¿La parodia política de un humorista? ¿La publicación de una denuncia que afecte a intereses sacrosantos? ¿Las cifras sobre los índices de criminalidad? ¿Las críticas ante los excesos de un poderoso?”, se preguntó.

Por su parte, la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) calificaba la iniciativa como “un duro mecanismo de atropello contra los ciudadanos, al quitarles su derecho a recibir información diversa y plural”.

“Es, sin duda, un golpe a las libertades públicas y a lo que queda de democracia en Venezuela”, aseguraba en un comunicado.

Tras la fuerte presión ejercida desde diferentes sectores, la propuesta fue tumbada en el Parlamento. En concreto, la Comisión de Medios de la Asamblea Nacional aclaraba que la Fiscalía carece de poderes legislativos, por lo que negó la existencia oficial de la llamada Ley de Delitos Mediáticos.

Mientras tanto, el cerco se estrechaba para los medios opositores. El último episodio se vivía en agosto con la clausura de, al menos, 34 emisoras de radio con la excusa de que estaban “fuera de la ley”, las primeras de una lista de más de 200 emisoras que la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel) considera en falta con los requisitos administrativos que marca la ley. Entre las cadenas en riesgo podrían estar las pertenecientes a Unión Radio, uno de los circuitos radiales más grandes del país.

El Gobierno afirma que el objetivo de estas normas es “democratizar las ondas, poniéndolas en manos del poder popular”, y regular lo

Al menos, 34 emisoras de radio han sido cerradas en Venezuela recientemente, con la excusa de que estaban “fuera de la ley”.

que denominan el “terrorismo mediático”. Las ondas se habían convertido en el principal altavoz de la oposición tras la clausura de varios canales de televisión.

En septiembre, el Gobierno venezolano abrió un procedimiento administrativo sancionatorio al canal privado Globovisión por entender que está promoviendo “el magnicidio, el golpe de Estado y la comisión de delitos”. Un aviso para navegantes que recuerda al cierre del canal RCTV, entonces el de mayor audiencia, en 2007. Globovisión es la próxima en la lista.

La conflictiva relación de Chávez con los medios opositores de su país no es nueva, pero las recientes medidas suponen un paso más en la batalla comunicativa. Además, sientan precedentes peligrosos en la América bolivariana.

Por ejemplo, en Ecuador, al ambiente de confrontación permanente entre el presidente Rafael Correa y la prensa, se ha sumado la discusión en torno a la regulación a los medios planteada por el proyecto de Ley de Comunicación presentado a la Asamblea Nacional por el partido de Gobierno, Alianza País.

Bolivia también apunta maneras. La oposición denuncia que si Evo Morales sale reforzado tras las elecciones del mes de diciembre y con la nueva Constitución indigenista en su mano, podría llevar ante el Congreso una ley parecida. El desen-

cuentro entre el mandatario boliviano y la prensa es visible. La tentación de acudir al Parlamento para zanjar el problema podría llevar a Morales a seguir los pasos de sus colegas bolivarianos.

Obligación ética, no legal

Entre las alertas sobre lo coercitivas y arbitrarias que pueden resultar las medidas de los distintos Gobiernos y los ideales de una prensa democrática, responsable y de interés ciudadano, se plantea un debate de profundas implicaciones políticas: el derecho a la información, la ética periodística y la libertad de expresión.

Es importante tener en cuenta que no hay una obligación legal de proveer información veraz. Por tanto, no es lícito que se invoque el derecho de la sociedad a obtener información cierta y veraz para crear un régimen que permita censurar de manera previa. Las sanciones quedarían en manos del poder, encargado de analizar si la información es falsa.

Es razonable pensar que la prensa debe tener responsabilidad en la forma en que ejerce el periodismo. Pero se ha demostrado que la mejor manera de controlar esto es la autorregulación de los medios, que se determina a través del mercado y de los controles que se imponen las propias empresas periodísticas y no de forma arbitraria por parte de las autoridades del Estado. ♦

Discurso de Barack Obama en el homenaje a Walter Cronkite

Transcripción de las palabras que el presidente de los Estados Unidos dedicó al que fuera presentador de las noticias de la cadena de televisión CBS durante 19 años, Walter Cronkite, fallecido el pasado 17 de julio, conocido como el hombre en quien más confiaban los norteamericanos.

BARACK OBAMA

Lincon Center, Nueva York (EE. UU.).— Para Chip, Kathy y Nancy, que generosamente compartieron a su padre con una nación que le amó; para los amigos de Walter, para sus colegas, para todos aquellos a los que ayudó y para todos los que le consideraron un héroe; para los hombres de *The Intrepid* y para todos los que os habéis reunido hoy (9 de septiembre). Es para mí un honor estar aquí para homenajear la vida y las actitu-

des del hombre que hizo una crónica de nuestro tiempo.

No conocí al señor Cronkite personalmente. Lo lamento más profundamente al conocer las historias que se han compartido hoy aquí. Pero ello no hace que no le conociera mejor que las decenas de millones de personas que le vieron y escucharon cada noche para encontrar la respuesta a una simple pregunta: “¿Qué ha ocurrido hoy?”. Del mismo modo que todos vosotros, me he



EFE

Cronkite, pionero y maestro del periodismo televisivo, informó a los norteamericanos sobre Vietnam, la carrera espacial y los asesinatos de Kennedy y Luther King, entre otros acontecimientos.

beneficiado como ciudadano de su obstinada búsqueda de la verdad, de su defensa apasionada de las noticias objetivas y de su visión de que el periodismo es más que una profesión: es un bien público vital para nuestra democracia.

Incluso en los inicios de su carrera, Walter Cronkite resistió la

tentación de ser el primero en contar una historia para poder contarla bien. Quería ser el primero en contarla, pero entendió la importancia de hacerlo bien. Durante uno de sus primeros trabajos en Kansas City, el director del programa de Walter le urgió para que saliera en antena para informar de un tremendo incendio –y todos hemos oído lo mucho que le gustaban los incendios– en el ayuntamiento, que ya se habría cobrado algunas vidas. Cuando Walter iba a coger el teléfono, su jefe le preguntó: “¿Qué estás haciendo? ¡Sal a antena!”. Walter le contestó que estaba llamando a los bomberos para confirmar la historia. “No necesitas confirmarla –le gritó el director–, ¡mi mujer está viéndolo todo!”. No hace falta decir que hizo la llamada, y aunque el mismo director salió en antena para dar cuenta de la gran tragedia, Walter descubrió que finalmente todo había sido un pequeño fuego que ni siquiera había dejado heridos. Él perdió su trabajo, pero consiguió la historia correcta.

Walter tampoco tenía miedo de enfrentarse a los poderosos, pero nunca se hubiera atrevido a comprometer su integridad. Se llevaba bien con los cargos electos, incluso cuando ambos eran conscientes de los motivos del otro. Un político le comentó una vez: “Walter, amigo, tienes que creerme, el 85% de todo lo que te he dicho hoy es verdad”.

Compartió una relación complicada con los presidentes de ambos partidos, que siempre le querían de su parte, incluso cuando estaban convencidos de que él no lo estaba. El presidente Johnson le llamaba después del informativo, de vez en cuando, para expresarle su descontento sobre cierta noticia. Pero Walter sabía que si recibía duras quejas desde ambos lados estaba haciendo su trabajo.

Me puedo imaginar que su interminable curiosidad venía de una madre que se dedicaba a vender enciclopedias. De niño, Walter pasaba interminables horas perdiéndose en sus páginas, rastreando nuevos e interesantes conceptos que se entrelazaban unos con otros, fascinado por el mundo que le rodeaba y por cómo funcionaba.

Y esa es la manera en que vivió su vida: con curiosidad, explorando nuestro planeta, buscando su sentido y explicándose a los demás. Fue a todas partes e hizo de todo. Competió con coches y barcos; viajó a todos los lugares, desde el Amazonas hasta el Ártico; buceó a 8.000 pies (2.400 metros) bajo el mar; escaló hasta 18.000 pies (5.400 metros) en el Himalaya, y experimentó la gravedad cero más allá de nuestra

atmósfera. Y todo con un objetivo: hacerlo realidad para nosotros.

Y cuando nuestro mundo empezó a cambiar, él nos ayudó a entender esos cambios. Siempre estuvo ahí, contando las guerras que vivió y la Guerra Fría, las manifestaciones y los grandes momentos de la historia, los escándalos y los triunfos. Pausadamente y con autoridad, nos contaba lo que necesitábamos saber. Era una certera visión en un mundo que cada vez era más y más incierto. Él nunca perdió su integridad ni su lenguaje llano ni una forma de hablar que había adquirido en el corazón de América en sus años de formación. Él era una voz familiar y bienvenida que se dirigía a todos y cada uno de nosotros de forma personalizada.

Así, parece que fue inevitable que fuera nombrado el hombre en que más confiaban los americanos. Pero resulta que el título no se lo dio ninguna cadena. Tampoco fue el resultado de una campaña de publicidad. Él se lo ganó. Se lo ganó, año tras año y década tras década, por su esfuerzo metódico, de compromiso con

“¿Qué ha ocurrido hoy?” ha sido reemplazado por “¿Quién ha ganado hoy?”. El debate público se degrada. La confianza del público se quiebra.

valores fundamentales; a partir de su creencia de que los americanos estaban hambrientos de la verdad, sin adornos y desprovista de teatro y espectáculo. Él no creyó en la pobreza intelectual. Confió en nosotros.

Al anunciarle que había alcanzado el extraordinario honor de ser la persona en quien más confiaban los americanos, él naturalmente le restó importancia comentando que no habían preguntado a su mujer. Cuando miembros de ambos partidos trataron de reclutarle en sus filas, sin ni siquiera preguntarle su postura sobre sus programas, él dijo que no, para tranquilidad de sus posibles contrincantes. Y cuando, casi tras 15 años después de su jubilación, todavía encabezaba siete de las ocho categorías de los mejores periodistas televisivos, se mostró incrédulo por no haber ganado la octava categoría, “Los más atractivos”.

Walter estuvo en todos los acontecimientos que luego definieron el siglo XX, en los momentos más dolorosos y en los de mayor esperanza, estuvo ahí para contar la historia de la era americana.

Y así es como le recordamos hoy. Pero también recordamos y celebramos el periodismo que practicó: una mezcla de honestidad, integridad y responsabilidad con el que muchos de vosotros os habéis comprometido en vuestra profesión. Se trata de

un compendio que, hoy en día, no es tan fácil encontrar. Sabemos que es un momento difícil para el periodismo. Aunque crece el apetito por las noticias y la información, las redacciones están cerrando. A pesar de las grandes historias de nuestra era, los periodistas serios se encuentran sin empuje con demasiada frecuencia. Al mismo tiempo que disminuyen las noticias, se reduce lo fundamental de ellas.

Y también con demasiada frecuencia llenamos ese hueco con comentarios apresurados, cotilleos sobre famosos o las historias insustanciales que Walter despreciaba, en vez de hacerlo con las buenas noticias o el periodismo de

investigación que él defendió. “¿Qué ha ocurrido hoy?” ha sido reemplazado por “¿Quién ha ganado hoy?”. El debate público se degrada. La confianza del público se quiebra. No so-

Con demasiada frecuencia, llenamos ese hueco con comentarios apresurados, cotilleos sobre famosos o historias insustanciales.

mos capaces de entender nuestro mundo, ni de entendernos los unos a los otros tal como debiéramos. Y esto tiene consecuencias reales en nuestras vidas y en nuestra nación. Parece como si tuviéramos que elegir entre lo que nos arrebatara lo fundamental y lo que nos daña como sociedad. ¿Qué precio es más alto? ¿Qué coste es más duro afrontar?

Walter dijo: “Esta democracia no puede funcionar sin un electorado razonablemente bien informado”. Esta es la razón por la que el periodismo honesto, objetivo y metódico –que muchos de vosotros perseguís con el mismo entusiasmo con que Walter lo ejerció– es tan importante para nuestra democracia y sociedad: nuestro futuro depende de ello.

Walter no era un idealista ingenuo. Entendió los retos, las presiones y las tentaciones a las que el periodismo se enfrenta en esta nueva era. Él creía que un medio de comunicación tiene la obligación de conseguir beneficios, pero también tiene la obligación de invertir buena parte de esos beneficios en las noticias y en los asuntos públicos. Estaba entusiasmado con la cantidad de noticias que el periodismo tecnológico sería capaz de dar, y con todos los nuevos medios con los que se iban a contar esas historias.

Naturalmente, nos preguntamos cómo hubiera cubierto él las historias colosales de nuestro tiempo. En

Alfredo Vicenti. Vida y obra de un gran periodista

Baldomero Cores. Ediciones APM, asociaciones de la prensa de La Coruña y Santiago de Compostela y Fragua Libros, 2009. 320 páginas.

PVP en la APM:
25 euros / 20 euros para asociados.

**Este periodista, escritor
y político fue el principal
promotor de la creación, a finales
del siglo XIX, de la Asociación de
la Prensa de Madrid.**

un tiempo en que la noticia de que el ayuntamiento está ardiendo puede dar la vuelta al mundo a gran velocidad gracias a Internet, ¿habría efectuado Walter esa llamada para comprobar que era cierto? ¿Habría sido capaz de abrirse paso a través del turbio sonido de los *blogs* y de la mensajería instantánea para sacar a la luz lo más sustancioso? ¿Seguiría ofreciéndonos la perspectiva que tanto valoramos? ¿Habría sido capaz de permanecer como una figura singular en una época en la que lo que impera es un foco de atención cada vez más corto?

De alguna manera, sabemos que la respuesta es afirmativa. Los valores sencillos a los que se consagró Walter Cronkite —perseguir la verdad, mantenernos honestos y explorar nuestro mundo de la mejor manera posible— son ahora más vitales de lo que lo fueron jamás.

Nuestra historia americana continúa. Necesita ser contada. Y si decidimos vivir de acuerdo con el ejemplo de Walter, si nos damos cuenta de que el tipo de periodismo que él representó no se reavivará como parte de un ciclo natural, sino que solo renacerá si nosotros nos

ponemos de pie y lo demandamos y decidimos valorarlo una vez más, así, estoy convencido de que la elección entre beneficio y progreso es falsa y de que volverán los días dorados del periodismo.

Walter Cronkite invitó a una nación a creer en él, y nunca quebrantó esa confianza. Esa es la primera razón por la que muchos de vosotros decidisteis dedicaros a esta profesión. Esa es la razón por la que los valores que él estableció en el periodismo siguen siendo válidos. Y esa es la razón por la que os amó y os apreció a todos vosotros, pero nosotros amamos y apreciamos a Walter no solo porque era el hombre más excepcional sino también porque era un pilar indispensable de nuestra sociedad.

Ahora está reunido con su amada Betsy, mirando las noticias de este

siglo lleno de ilimitado optimismo, y, de vez en cuando, apuntillando los comentarios con un alegre “¡Oh, chico!”. Le estamos agradecidos por transformar e ilustrar nuestro tiempo y por la oportunidad que nos dio para decir sí, nosotros también estuvimos allí. ♦♦

FUENTE: LA CASA BLANCA / TRADUCCIÓN: PATRICIA RAFAEL.

Los valores de Cronkite —perseguir la verdad, mantenernos honestos y explorar nuestro mundo— son ahora más vitales de lo que lo fueron jamás.

Examen a la libertad de prensa

Reporteros Sin Fronteras elabora cada año un *ranking* de 175 países conforme a las garantías que aseguran al ejercicio del periodismo. Los países nórdicos continúan en cabeza, mientras que los africanos y los etiquetados como “predadores de la libertad de prensa” –Irán, Rusia, China, Cuba y Eritrea– ocupan las posiciones de cola. España pierde ocho puntos y desciende al puesto 44.

MARTA MOLINA

Malos tiempos para la lírica. En este 2009, 33 periodistas se dejaron la vida cuando cumplían con su compromiso de informar, 172 profesionales pasan sus días en la cárcel acusados de ejercer el periodismo, otros nueve colaboradores y 91 *ciberdisidentes* miran al mundo a través de los opacos muros de

un presidio por haber abierto la boca cuando algún poderoso consideró que no tocaba. Cuba mantiene entre rejas a 25 periodistas desde la Primavera Negra de 2003; Irán se ensañó con la prensa local y extranjera durante las elecciones presidenciales del pasado junio y mandó al trullo a cerca de 40 informadores, acusándoles de actuar de portavo-

Marta Molina es corresponsal de Reporteros Sin Fronteras (RSF) y responsable de Comunicación de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE).

ces de la oposición; China se desconecta del mundo y ordena el encierro de 57 *ciberdisidentes* y *blogueros*... Pero también, en Italia, el Gobierno abusa de sus prerrogativas para vaporear a los medios de comunicación que no le son afines; en Colombia y en España, los grupos terroristas FARC y ETA amenazan de muerte a los periodistas, y en Rusia, las autoridades hacen oídos sordos ante la situación de desprotección que encaran sus profesionales. El recuento produce escalofríos.

“La libertad de prensa debe defenderse en cualquier lugar del mundo, con la misma fuerza y la misma exigencia”. Esta es la máxima que Jean-François Julliard, secretario general de Reporteros Sin Fronteras (RSF), ha pronunciado sin descanso con motivo de la presentación de la octava edición de la Clasificación Mundial de la Libertad de Prensa, que la organización no gubernamental dio a conocer el pasado 20 de octubre.

RSF elabora cada año un *ranking* de 175 países ordenados en función de las garantías y restricciones que los Estados aseguran al ejercicio del periodismo. Otra edición más, los países nórdicos se sitúan a la cabeza de la lista, mientras que los africanos y los etiquetados como “predadores de la libertad de prensa” (Irán, China y Cuba, consideradas las mayores cárceles del mundo para periodis-

tas con 42, 30 y 25 profesionales en prisión, respectivamente) ocupan las posiciones de cola.

Por primera vez desde 2002, los europeos pierden presencia en el informe. Sólo 15 de los 20 primeros países pertenecen al Viejo Continente, frente a los 18 de 2008. De estos, once forman parte de la Unión Europea, a diferencia de los tres mejor clasificados, que son Dinamarca, Finlandia y Noruega. De los países miembros, Bulgaria es el peor situado y Eslovaquia –lastrado por el intervencionismo de las autoridades en la prensa– es el que mayor descenso acumula, al perder 37 puntos.

En esta medición, la organización pone nota a la mal traída libertad de prensa y refleja el grado de independencia del que gozan periodistas y medios de comunicación de todo el mundo. Pero, “en ningún caso”, advierte, este trabajo representa “un indicador de la calidad, sino de las restricciones a esa calidad”.

Metodología de estudio

Para confeccionar la clasificación, Reporteros Sin Fronteras elabora un cuestionario que distribuye entre sus más de 130 corresponsales, las 15 asociaciones con las que colabora, periodistas, investigadores, juristas, activistas de los derechos humanos y otros expertos. La pauta es ob-

tener, como mínimo, tres cuestionarios por país.

La organización reconoce dificultades para recopilar información fiable en determinados países, por lo que cada año suele desestimar el análisis de ciertos casos. El *ranking* de este año recibió tres incorporaciones (Malta, Papúa Nueva Guinea y Brunéi) y sufrió una baja: Tonga no figura en la edición de 2009 ya que RSF no cuenta con corresponsal en el país. “Sí lo hace Myanmar [antigua Birmania], donde un representante de la organización se ocupa de informar con exquisita discreción de cada una de las violaciones a la libertad de prensa cometidas en el país”, anota Jean-François Julliard.

En su formulación, el cuestionario pretende registrar el conjunto de atentados directos contra periodistas (asesinatos, encarcelamientos, agresiones, amenazas) y medios de comunicación (censura, embargos, registros, presiones), ocurridos entre septiembre de 2008 y septiembre de 2009. También interroga sobre la autocensura existente en cada nación y evalúa la capacidad crítica e investigadora de la prensa, analiza el grado de impu-

nidad del que disfrutaban los autores de estas violaciones y rastrea las presiones económicas, más numerosas en tiempos de crisis, según consta el informe.

Las preguntas están ordenadas en varios bloques temáticos: agresiones, encarcelamientos y amenazas; amenazas indirectas, presiones y acceso a la información; censura y autocensura; medios de comunicación públicos; presiones administrativas, judiciales y económicas; Internet y los nuevos medios de comunicación; número de periodistas encarcelados, agredidos y amenazados y responsabilidad del Estado en esas actuaciones; datos sobre los medios de comunicación del país (número de medios independientes o no oficialistas).

La evaluación tiene en cuenta el marco jurídico que rige en el sector (sanciones por delitos de prensa, monopolio estatal, regulación empresarial) y el nivel de independencia de los medios de comunicación públicos. Asimismo, incorpora los atentados a la libertad de circulación de la información en Internet. Y no solo valora las exacciones cometidas por el Estado, sino también las eje-

Se evalúa la capacidad crítica e investigadora de la prensa y las presiones económicas que sufre, más numerosas en tiempos de crisis.

cutadas por milicias armadas, organizaciones criminales, clandestinas y grupos de presión.

Puntos periodísticos negativos

Los cuestionarios reciben una nota que se obtiene sumando y restando los puntos adjudicados a cada una de las 40 preguntas planteadas en virtud de un baremo configurado al efecto. Un periodista asesinado suma cinco puntos. Si el Estado se ha visto implicado en su muerte, dos más. La censura previa en el país anota diez. Cuando contabiliza más de seis casos en el año, añade otros doce.

Suma y sigue... Cuantos más puntos registra un país, señal es de que menos garantiza la libertad de prensa, de acuerdo con el baremo de esta clasificación. Dinamarca, Finlandia, Irlanda, Noruega y Suecia se colocan en la posición número uno del *ranking* con cero puntos y, por ende, ostentan el glorioso honor de ser los Estados que mejores condiciones construyen para el ejercicio de un periodismo libre. En el extremo opuesto figura Eritrea (115,5 puntos, posición 175).

Un país que no dispone de medios independientes y libres añade a su cuenta 40 puntos, la calificación más alta de la escala. Es el caso de China que anota 92 y se sitúa así en el puesto 168 de la clasificación. El monopolio del Estado sobre los proveedores de acceso a Internet le cuesta a cada país dos puntos, lo mismo que la escasez de periodistas de

investigación. En los medios públicos, el veto a la voz de la oposición suma dos puntos y medio y tres la supresión del tratamiento de informaciones importantes a causa de presiones políticas o económicas.

Menos peso reciben atentados contra la libertad de prensa como la violación del secreto de las fuentes (la multa impuesta a un subdirector del diario *El Mundo*, Antonio Rubio, por negarse a revelar sus fuentes contabilizará en la clasificación mundial de 2010), el boicot publicitario, las amenazas al pluralismo informativo,

las dificultades para acceder a la información oficial y las restricciones a la cobertura de determinados acontecimientos, a los que corresponde un punto por respuesta afirmativa.

La multa impuesta a un subdirector del diario *El Mundo*, Antonio Rubio, por negarse a revelar sus fuentes contabilizará en la clasificación mundial de 2010.

Como medida para ponderar el impacto sobre uno u otro país, el cuestionario refleja otros aspectos que, en lugar de sumar, restan puntos. El cierre de un medio de comunicación tiene distinta repercusión si tiene lugar en Togo, donde ejercen menos de 30 periodistas, o si sucede en Brasil, donde trabajan casi 60.000 informadores. Un colectivo de más de 50.000 profesionales rebaja seis puntos, cantidad que también se deduce para un espectro que supera los 5.000 medios de comunicación.

Amenazas y logros

Aplaudido por unos y rechazado por otros, el *ranking* provoca la reacción negativa de aquellos Gobiernos que consideran que se realiza una valoración injusta de su realidad. Este año, Reporteros Sin Fronteras ha re-

cibido la queja oficial de Taiwán (59), Israel (93), Ecuador (84) y Corea del Sur (69), país que ha presentado una denuncia contra la organización. La ONG responde con el envío de la documentación que le ha permitido situar al país en un determinado puesto. RSF recibe asimismo críticas anónimas que llegan a través de carta o correo electrónico a su sede central en París, pero sus miembros nunca han sufrido ataques directos por este trabajo.

Respaldada por un prestigio adquirido con los años, la prensa del mundo entero se hace eco de cada edición de la clasificación. Informar y concienciar a sociedades de todo el planeta de la necesidad de contar con una prensa libre y sobre la importancia de garantizar la integridad de los periodistas son algunos de los logros que derivan de este trabajo, pero entre sus repercusiones también cuentan mejoras en las legislaciones de países como Congo y Bahréin o el debate sobre la situación de la libertad de prensa en Italia que tuvo lugar en el Parlamento Europeo a finales de octubre, cuando varios eurodiputados citaron el informe para sostener sus argumentaciones.

Modelo quebrantado

“Europa fue ejemplar en el respeto de la libertad de prensa durante mucho tiempo, pero este año varios paí-

| CLASIFICACIÓN MUNDIAL DE LA LIBERTAD DE PENSIA 2009 | | | |
|---|----------------|-------|-----------------|
| Nº | PAÍS | NOTA | RESPECTO A 2008 |
| 1 | Dinamarca | 0 | Sube |
| 20 | Estados Unidos | 4 | Sube |
| 43 | Francia | 10,67 | Baja |
| 44 | España | 11 | Baja |
| 70 | Brasil | 15,88 | Sube |
| 84 | Ecuador | 20 | Baja |
| 105 | India | 29,33 | Sube |
| 127 | Marruecos | 41 | Baja |
| 149 | Afganistán | 54,25 | Sube |
| 165 | Siria | 78 | Baja |
| 175 | Eritrea | 115,5 | Baja |

ses europeos retroceden de manera muy clara”, según dibuja Vincent Brossel, coordinador del estudio.

No sólo en el Tercer Mundo los periodistas temen por su vida. Así sucede en Italia (el país peor clasificado de los fundadores de la Unión Europea), en España y también en los Balcanes, por ejemplo, en Croacia (78), donde el propietario y el director de *marketing* de la revista *Nacional* fueron asesinados en un atentado bomba, el 23 de octubre de 2008. “La principal amenaza en territorio europeo, más grave a largo plazo, viene de las nuevas legislaciones en vigor; muchas de las leyes promulgadas desde el pasado mes de septiembre cuestionan el trabajo de los periodistas”, matiza Brossel.

“Año tras año, la libertad de prensa en el mundo baja escalones de una forma alarmante. Pero nos preocupa especialmente el retroceso que este año ha sufrido Europa. Y, concretamente, tres países que se llevan la palma en este descenso: España, Francia e Italia”, declara María Dolores Masana, presidenta de la sección española de Reporteros Sin Fronteras.

España pierde ocho puntos y des-

ciende al puesto 44 de la lista. Su posición se ha visto penalizada por el atentado que perpetró la banda terrorista ETA contra las instalaciones de EITB, el 31 de diciembre de 2008, y por la reiteración de asuntos ya enquistados en esta clasificación, como los 57 periodistas que, a consecuencia de las amenazas terroristas, todavía hoy viven con escolta y las presiones de algunos empresarios de la construcción sobre medios que investigan asuntos de corrupción en los que puedan estar involucrados. La reproducción de convocatorias y ruedas de prensa sin preguntas, asunto muy criticado por las organizaciones profesionales españolas, solo representa uno de los once puntos que suma España.

Precedida por Francia, España (44) comparte puesto con Cabo Verde y Eslovaquia, grupo al que siguen Argentina (47), Hong Kong (48) e Italia (49).

Precedido por Francia, nuestro país comparte puesto con Cabo Verde y Eslovaquia, grupo al que siguen Argentina (47), Hong Kong (48) e Italia (49), donde la mafia genera una atmósfera similar a la que la banda terrorista ETA provoca en España –fuentes amenazadas, periodistas con escolta– y la fastuosa concentración industrial del Gobierno Berlusconi, que ha em-

Precedida por Francia, España (44) comparte puesto con Cabo Verde y Eslovaquia, grupo al que siguen Argentina (47), Hong Kong (48) e Italia (49).

prendido una guerra abierta contra los medios de comunicación que le son contrarios, ha sacado a los periodistas italianos a la calle para manifestarse contra las injerencias gubernamentales.

“Es intolerable que en democracias supuestamente consolidadas como es la nuestra, ETA, la corrupción y algunas cargas policiales sean a día de hoy, en pleno siglo XXI, martillo de periodistas”, se duele María Dolores Masana. La policía autonómica vasca cargó, en abril, contra un grupo de fotógrafos de prensa y, en marzo, varios radicales *abertzales* hicieron lo propio contra periodistas vascos. Esas agresiones a la prensa supusieron la reacción de organizaciones profesionales, como la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE), que llevó el caso ante el Ministerio del Interior y propuso que los profesionales porten banderines identificativos cuando cubran situaciones susceptibles de violencia. En la clasificación mundial de RSF, esos acontecimientos sumaron dos de los once puntos que anota España.

“Sin estar amenazada la libertad de prensa en el país, resulta lamentable observar que un alto número de periodistas ejercen con protección policial a consecuencia de las amenazas de la banda terrorista ETA”, apunta el secretario general de la organización, Jean-François Juilliard. “Sería deseable”, dice, “que

un país como España alcanzase niveles de desarrollo similares a los de Dinamarca o Suecia”.

Trío infernal

Otra edición más, la posición de Rusia (153) se deteriora. Retrocede doce puestos y se coloca por primera vez detrás de la República de Belarús. Tres años después de la muerte de Anna Politkóvskaya, la sucesión de asesinatos de periodistas y defensores de los derechos humanos, unidos a las violentas agresiones de representantes de la prensa local, empujan la caída. La nueva aparición arrasadora de tabús, censura, pero también el triunfo de la impunidad para los asesinatos de periodistas contribuyen a esta mala clasificación.

Con todo, Rusia –que pertenece al grupo de países que alberga predadores de la libertad de prensa (etiqueta con que RSF identifica a aquellos hombres y mujeres, organizaciones delictivas, bandas terroristas, milicias o narcotraficantes que atacan de manera frontal a los periodistas)– no ingresa en el triunvirato de los países más represivos –Eritrea (175), Corea del Norte (174) y Turkmenistán (173)–, aunque se acerca peligrosamente a un umbral que Irán (172) está a punto de traspasar. La salud de la libertad de prensa en la República árabe se deterioró considerablemente en 2009,

Creemos en ti

MicroBank, el Banco Social de "la Caixa", fomenta la actividad productiva, la creación de empleo y el desarrollo familiar a través de la concesión de microcréditos.

Ya hemos conseguido, con la colaboración de toda la red de oficinas, que más de 50.000 proyectos, sueños e ilusiones ya sean una realidad y contribuyan a crear empleo. Porque, a veces, una gran idea necesita una pequeña ayuda.



tras el fallecimiento del *bloguero* iraní Omidreza Mirsayafi, que murió en la prisión de Evin por una supuesta sobredosis de antidepresivos, y el arresto y posterior liberación de la periodista iranoestadounidense Roxana Saberi, acusada de espionaje en abril.

Irán enmudeció de manera turbia el pasado junio, tras celebrar sus últimas elecciones presidenciales. La discutida reelección del presidente Mahmud Ahmadiyad sumió al país en una auténtica crisis e instauró una paranoia respecto a los periodistas y *blogueros*. El régimen de Ahmadiyad bloqueó la cobertura mediática de las revueltas posteriores a los comicios y acusó a los informadores extranjeros de actuar de portavoces de la oposición. “Un auténtico juicio estalinista se puso en marcha en Teherán; los derechos elementales de los acusados fueron pisoteados”, denuncia Jean-François Julliard, secretario general de RSF.

Censura previa y automática, vigilancia de los periodistas por el Estado, malos tratos, informadores obligados a huir del país, arrestos ile-

gales y encarcelamientos. Este es el panorama de la libertad de prensa en el Irán de 2009.

Optimismo contenido

Estados Unidos ha remontado 16 puestos (del 36 al 20) en un año solamente. La llegada de un nuevo presidente, Barack Obama, y su actitud

menos belicosa con la prensa han desempeñado un importante papel en este ascenso. Pero aunque Obama haya obtenido recientemente el Premio Nobel de la Paz, su país todavía participa en guerras. “La actitud de Estados Unidos respecto a los medios de comunicación en Irak y en Afganistán es preocupante. Varios periodistas fueron heridos o detenidos por el ejército estadounidense. Uno de ellos, Ibrahim Jassam, sigue detenido en Irak”, infiere Vincent Brossel, de Reporteros Sin Fronteras.

Desde los primeros de la clasificación (Dinamarca, Finlandia, Irlanda, Noruega y Suecia) hasta los últimos (China, Laos, Cuba, Myanmar, Irán, Turkmenistán, Corea del Norte y Eritrea). A todos: ¡libertad de prensa! ♦

Estados Unidos (20) ha remontado 16 puestos en un año. La llegada de Obama y su actitud menos belicosa con la prensa han desempeñado un importante papel en este ascenso.

A la búsqueda del impacto

Un estudio sobre la sección de sucesos en los informativos de las cuatro principales televisiones privadas en España, realizado por un equipo de investigación de la Universidad Complutense de Madrid, a propuesta de la APM, constata una mayor duración y mejor ubicación de la cobertura de estas noticias durante los últimos años, además del aumento de testimonios irrelevantes e imágenes impactantes.

JAVIER MAYORAL

Se atribuye a Oscar Wilde una frase tan rotunda como discutible: “Las tragedias de los otros son siempre de una banalidad desesperante”. Desesperante o –según otras versiones– exasperante. Cierto es que en el cuarto capítulo de *El retrato de Dorian Grey* encontramos algo parecido a eso. Y no es menos cierto que, llevada la

cuestión al terreno estrictamente periodístico, parte de razón debía de tener el ingenioso Wilde. En 1906, 15 años después de la publicación de *El retrato de Dorian Grey*, nuestro gran Rafael Mainar escribía lo siguiente: “La sección de sucesos se compone de tipo más chico que el resto del periódico, se la coloca en sitio poco o nada preferente y visi-

Javier Mayoral es profesor de Periodismo.

ble, se piensa que es para las criadas y las porteras”¹. Pero Mainar, tantas veces profético, enseguida matizaba que los periodistas y los periódicos de la época cometían con los sucesos “un error de cierto bulto”, puesto que “la sección es leída, muy leída”.

Un siglo (y unos años) más tarde, un grupo de investigación creado en la Universidad Complutense de Madrid (integrado por Andrea Olea, Beatriz Pérez, Carolina Rodríguez, Javier Taeño, Carlota Torres, José Ignacio Urquijo, Eduardo Verbo, Serlinda Vigara y el autor de estas líneas, Javier Mayoral) recibió la invitación de reabrir y actualizar el debate. La Asociación de la Prensa de Madrid (APM) proponía estudiar de manera sistemática, y sin prejuicios, la información de sucesos emitida en los informativos de televisión. Justo es reconocer que, según nuestra primera y casi intuitiva hipótesis, nos encontrábamos ante un aparente resurgir del género: en el relato informativo de algunas cadenas de televisión, en efecto, los sucesos parecen acaparar cada vez más (y mejor) tiempo². E incluso cabía sostener –siquiera de forma preliminar– que estas noticias se presentan cada vez con mayor dramatismo, con mayor intensidad, con imágenes más duras e impactantes.

Sospechas, a fin de cuentas, nada originales. Porque quizá lo que ocurre es que el fenómeno llega a

El fenómeno de la proliferación de las noticias de sucesos en los informativos llega a España con un cuarto de siglo de retraso respecto a otros países.

España con un cuarto de siglo de retraso respecto a otros países. Ya en 1975 escribía Edwin Diamond: “Demasiado a menudo la televisión se ha mostrado satisfecha tomando el camino más sencillo de la cobertura informativa: los deportes, el tiempo, los accidentes de tráfico y los incendios. Demasiado a menudo el acceso a los hechos ha sido transformado en llamas más altas y monjas que lloran más fuerte”³. Justo en ese momento preparaba Paddy Chayefsky el guión de *Network*, película que sería estrenada en noviembre de 1976. El protagonista, el periodista Howard Beale, planea combatir su caída de popularidad y

audiencia. Y propone –en un instante de lúcido etilismo– el siguiente plan: “Voy a saltarme la tapa de los sesos delante de todos cuando esté dando las noticias de las siete”. Su jefe, Max Schumacher, añade al plan de Beale una combinación infalible: “Les encantará. Suicidios. Asesinatos. Robos. Atracos. Colisiones de automóviles. La hora de la muerte. El gran *show* de la noche del domingo para toda la familia”.

Metodología y objetivos

Esta investigación se propuso analizar una serie de noticias emitidas por cuatro cadenas de televisión (Antena 3 TV⁴, Cuatro, Telecinco y La Sexta) entre 1991 y 2009. Como se trataba de un periodo muy extenso, se intentó elaborar una muestra representativa y, al mismo tiempo, manejable. Para ello, en primer lugar, se establecieron como fechas de referencia los siguientes años: 1991, 1994, 1997, 2000, 2003, 2006 y 2009. En segundo término, se seleccionaron los tres sucesos más relevantes de cada trienio. Se ha mantenido el criterio de que, al menos, un suceso debía datarse en el año de refe-

rencia, mientras que los otros dos podían corresponder al año anterior o al siguiente. Verbigracia: para 1997 se señalaron tres coberturas informativas (la muerte de Diana de Gales, el asesinato de Ana Orantes y la riada de Biescas). A fin de comprobar la continuidad de cada suceso en las diferentes cadenas, se consideraron cuatro informativos no consecutivos⁵ como objeto de estudio. Al margen de aspectos cualitativos de cierto detalle (dureza de las imágenes, puesta en escena de los presentadores, uso de titulares o rótulos temáticos...)⁶, esta investigación pretendía completar las siguientes cuantificaciones: ubicación y duración de cada cobertura; tiempos destinados a informar sobre otros sucesos; noticias de los acontecimientos analizados que se incluyen en las portadas o los sumarios; ocasiones en las que aparece un periodista en pantalla; tipos de formatos utilizados (colas, vídeos, totales, directos o falsos directos); fuentes citadas; testimonios personales reproducidos, y tipos de imágenes empleados. A continuación (Tabla nº 1), se ofrece el listado completo de los sucesos analizados⁷.

| AÑOS | SUCEOS ANALIZADOS · Tres por cada trienio | | |
|------|---|--------------------------------|-------------------------------|
| 1991 | Puerto Hurraco | Tres niñas de Alcásser | Tiroteo en Texas |
| 1994 | Terremoto en Los Ángeles | Asesinato de Anabel Segura | Crimen del rol |
| 1997 | Diana de Gales | Muerte de Ana Orantes | Riada en Biescas |
| 2000 | Asesinato de la catana | Accidente de Concorde en París | Hundimiento del Kursk |
| 2003 | Accidente del Columbia | Asesino de la baraja | Asesinatos de Tony A. King |
| 2006 | Accidente de metro en Valencia | Tsunami en Indonesia | Natascha Kampusch |
| 2009 | Accidente de Barajas | Desaparece Madeleine McCann | Marta del Castillo en Sevilla |

En general, se buscaron noticias de gran repercusión periodística, y, para ello, fue necesario realizar un minucioso estudio hemerográfico. Hasta donde resultó factible, se procuró seleccionar sucesos puros, con el menor grado posible de connotaciones ideológicas o políticas. Esto es, terremotos, accidentes, asesinatos, incendios, etcétera. Se pretendía estudiar, así pues, un relato informativo sobre acontecimientos súbitos –en gran medida, imprevisibles– que, por causas naturales o por la intervención humana, modifican de modo traumático una determinada situación personal, familiar o social, por lo que tienden a causar un impacto inmediato y profundo en la audiencia. Se buscó asimismo una cierta variedad geográfica y temática, de modo que fuera posible establecer algunas comparaciones diacrónicas. Para completar el estudio, y en un plano ya sincrónico, se analizaron 70 informativos de cinco cadenas (TVE, Antena 3 TV, Telecinco, Cuatro y La Sexta) entre el 22 de mayo y el 4 de julio de 2009.

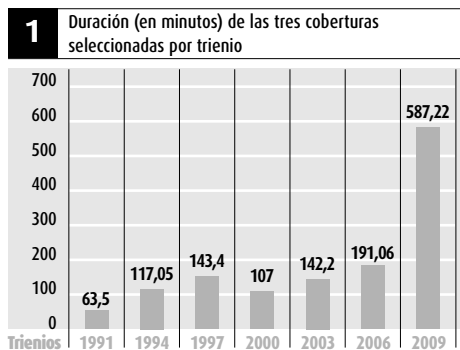
Más minutos

Explicada sucintamente la metodología y formulados los objetivos fundamentales de este estudio, no será necesario insistir en que las páginas que siguen solo pretenden resumir el contenido esencial de una investigación que deparó una ingente

En 2009, los 24 informativos analizados de Antena 3 TV y Telecinco suman 328 minutos de información de sucesos. Más del triple que en 2000.

cantidad de datos y que, en consecuencia, podría suscitar multitud de reflexiones. Baste indicar que, en total, se han analizado más de 10.500 minutos (175 horas) de noticiarios. Como primera conclusión, ya que hablamos de horas y minutos, digamos que salta a la vista el aumento del tiempo total dedicado durante los últimos años a la información de sucesos. En los 24 informativos analizados en el año 2000 se contabilizaron 107 minutos de información sobre los tres sucesos seleccionados. En 2009, los 24 informativos correspondientes a las mismas cadenas (Antena 3 TV y Telecinco) suman ya 328 minutos. Es decir, más del tri-

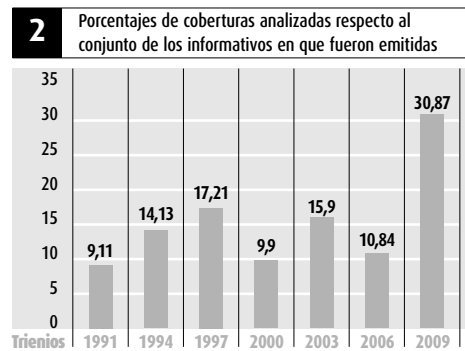
ple. Si se añaden las noticias emitidas por dos nuevas cadenas (Cuatro y La Sexta) se llega a un tiempo total de 587 minutos.



En cualquier caso, y precisamente para evitar la distorsión que pueda suponer la aparición de dos nuevos canales, conviene examinar esta cuestión en términos relativos. Interesa ver, así pues, cómo han evolucionado los porcentajes de tiempo –en relación con la totalidad del informativo– destinados a informar sobre los sucesos seleccionados. Y ahí las dudas se disipan. Está claro que los informativos de televisión cada vez dedican más tiempo a informar sobre sucesos. Las tres coberturas de 1994, por ejemplo, no llegaban al 15% de los informativos estudiados. Las correspondientes al año 2009 suponen ya un 30,87% de la información total. Y si atendemos solo a los datos de Antena 3 TV y Telecinco (puesto que Cuatro y La Sexta no existían en 1994), el porcentaje resulta aún más concluyente: las informaciones sobre Marta del

Castillo, Madeleine McCann y el accidente de Barajas alcanzan ya al 33,67% del conjunto de los 24 informativos analizados.

El Gráfico nº 2 permite ver (o intuir) dos líneas crecientes en la asignación de tiempos a las noticias de sucesos: la primera va desde 1991 hasta 1997; la segunda, desde 2000 a 2009 (salvo la aparente excepción de 2006). En la primera etapa, recordemos solo dos momentos de plétora informativa en torno a los sucesos: el asesinato y la violación de las niñas de Alcàsser (1992) y la muerte de Diana de Gales (1997). Tengamos en cuenta que, con el nacimiento de las televisiones privadas, se estableció una durísima y muy prolongada pugna por el liderazgo en las audiencias.



Quizá no sea casual que en 2009, y de nuevo en un contexto de crisis económica, la importancia de los audímetros haya propiciado un resurgir de este viejo género periodístico. No obstante, el dato correspondiente a 2006, que parece romper la tendencia apuntada, merece una explica-

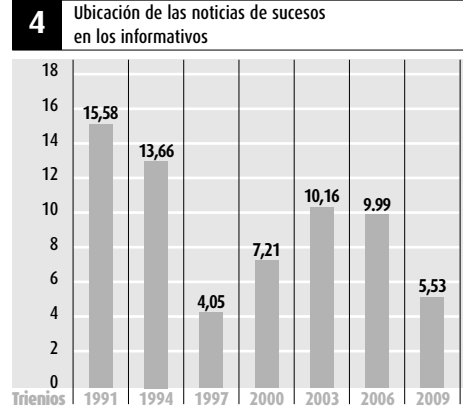
ción adicional. Deben relacionarse los resultados del gráfico anterior con los del siguiente: se verá que la información relativa a “otros sucesos” en 2006 (Gráfico n° 3) compensa con creces el poco tiempo asignado a las tres coberturas estudiadas (Gráfico n° 2) durante ese trienio.



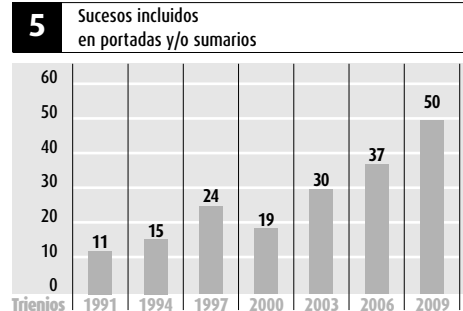
Mejor ubicación

Además de conceder más tiempo a los sucesos, los informativos de televisión tienden también a otorgar más importancia, más jerarquía, a este tipo de noticias. Las dos líneas señaladas en el Gráfico n° 2 se reproducen en el Gráfico n° 4, solo que en sentido inverso. En este caso, se observa que entre 1991 y 1997 la línea del gráfico es descendente. Es decir, que las noticias de sucesos van apareciendo antes y, por tanto, van escalando peldaños en la escaleta: llegan, como promedio, a los 15 minutos y medio en 1991; a los 4 minutos en 1997. La diferencia es más que sustancial. La información de sucesos cobra así protagonismo porque los editores la incluyen ya en la zo-

na noble (hasta entonces, casi reservada a la política) del informativo. Esa misma tendencia se observa entre 2003 y 2009, muy particularmente en los últimos tres años.

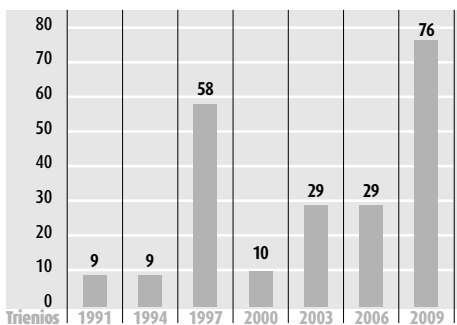


En el mismo sentido, cabe interpretar los datos que generan el Gráfico n° 5. Si los editores entienden que los sucesos son informaciones relevantes en el conjunto del noticiario, lo normal es que deseen incluir estos asuntos en el escaparate del informativo. Y queda claro que en ese arranque, fundamentalmente construido mediante portadas y sumarios, los sucesos han ido ganando cada vez más peso.



Parecida reflexión cabe apuntar a propósito de la aparición de los periodistas en pantalla. Mediante entradillas, medianillas o salidillas (o bien, con la realización de directos y falsos directos), los redactores aportan su firma, su propia imagen, a la noticia de sucesos. Lo cual, sin duda, supone un refrendo adicional al valor informativo que establecen las jerarquías de toda escaleta. El Gráfico nº 6 revela también la tendencia general y los dos grandes periodos (1991-1997 y 2000-2009) que se han venido considerando en los párrafos anteriores.

6 Aparición del redactor en la imagen: entradillas, medianillas, salidillas y directos o falsos directos

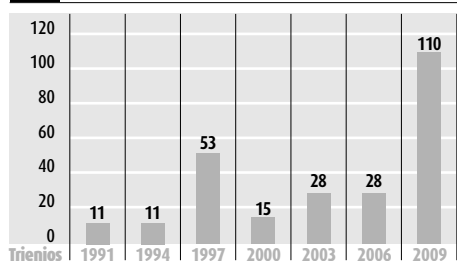


Aumento de los directos

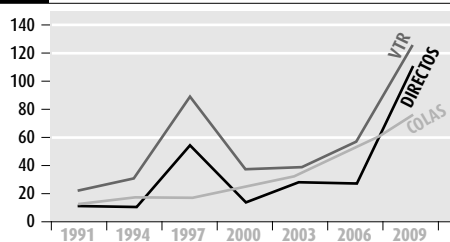
De manera indirecta, la evolución en el uso de los diferentes formatos refleja también la importancia creciente de los sucesos. Resulta, por ejemplo, muy revelador el impresionante aumento de los directos: se ha pasado de apenas once, en 1991 y 1994, a los 110 de 2009. Cabe objetar que se trata de un formato cuyo uso, por razones de índole técnica,

seguramente ha crecido también en otros muchos tipos de informaciones. Sin embargo, ¿cómo negar el más que significativo despegue constatado durante los tres últimos años (de 28 directos a 110)? ¿Cómo ocultar que, también aquí, se atisban las líneas que marcan los dos periodos ya comentados (1991-1997 y 2000-2009)?

7 Directos empleados en las coberturas de sucesos



8 Formatos utilizados en las noticias de sucesos analizadas



El Gráfico nº 8 muestra la evolución paralela de los formatos VTR (texto leído por un periodista: el sonido correspondiente se ajusta como convenga con las imágenes) y el directo. No obstante, durante los últimos tres años, el crecimiento del directo es mucho mayor que el del resto de formatos. Nótese que este modo de informar sirve, en teoría al me-

nos, para contar aquello que pasa al mismo tiempo que ocurre. Y, sin embargo, en el caso de los sucesos lo habitual es que el acontecimiento –casi siempre inesperado, súbito– no se deje apresar en directo. Razón de más para pensar que este tipo de despliegues, en realidad, lo que pretende es fundamentalmente consolidar la importancia que los editores otorgan al relato, o subrayar la expresividad de la narración para lograr noticias más atractivas y cercanas.

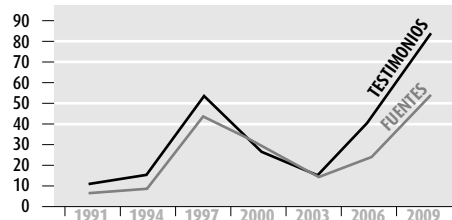
Testimonios intrascendentes

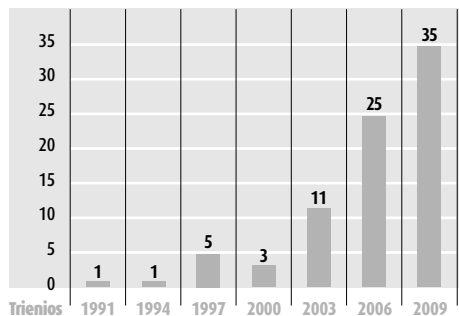
Contribuye también a mejorar la expresividad el uso de testimonios personales: testigos, vecinos o amigos de las víctimas que cuentan algo ante las cámaras. ¿Qué cuentan? Con frecuencia, nada. Que sienten pena por la muerte de algún conocido. Que nunca vieron nada, o que ellos ya presentían lo que finalmente ocurrió. O que les parece mal que una persona haya circulado en una carretera en sentido contrario (es un ejemplo extraído de uno de los informativos analizados). De ahí que muchos de estos testimonios, tan humanos y cercanos, no se deban confundir con las tradicionales fuentes de información. Las fuentes, para serlo, han de aportar información. El Gráfico n° 9 revela que durante los últimos años se ha intensificado el recurso de los testimonios, mientras que el número abso-

Se cita una fuente cada once minutos de información de sucesos. O una fuente cada siete piezas emitidas.

luto de fuentes citadas ha crecido, pero en menor medida. El dato relativo a 2009 habla por sí mismo: se cita una fuente cada once minutos de información de sucesos. Si se prefiere, encontramos una fuente cada siete piezas emitidas (considerando, en conjunto, todos los formatos posibles).

9 Formatos utilizados en las noticias de sucesos analizadas



10Uso de las imágenes Tipo 1
(registro directo del acontecimiento)

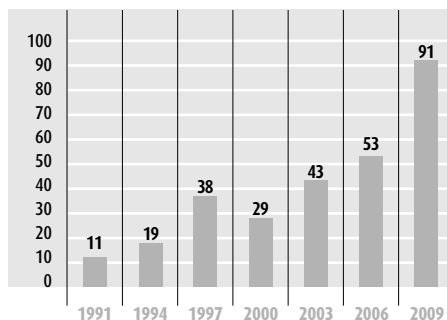
Material impactante

Por último, conviene señalar la pujanza de un fenómeno directamente relacionado con el desarrollo técnico y con los hábitos de ocio de la sociedad: quién no tiene hoy una cámara de vídeo o un teléfono móvil dispuestos para capturar imágenes allí donde suceda algo relevante... Casi todo suceso que se precie acaba siendo apesadado por uno de estos artilugios. Tarde o temprano termina por aparecer un vecino que ha grabado la secuencia de la explosión. O de la pelea. En ocasiones, se ve esta secuencia en Internet (en Youtube, por ejemplo) antes incluso de saber qué ha pasado exactamente. La imagen llega antes que la propia información. Las televisiones, en suma, encuentran con facilidad un material impactante que suelen exprimir hasta el límite de sus posibilidades. De ahí que se haya disparado la utilización de imágenes que registran de forma directa un acontecimiento

(Tipo 1), según muestra el Gráfico nº 10. Por el contrario, las demás categorías previstas en este trabajo han mantenido una evolución mucho más constante. Véase, por ejemplo, la tendencia mucho más estable del Tipo 2 (consecuencias directas del suceso) en el Gráfico nº 11.

Relevancia informativa

En definitiva, no es que la realidad –como se dice a veces– imponga los sucesos al periodista. Son, más bien, los periodistas (algunos periodistas) los que buscan, valoran, potencian o subrayan ese tipo de informaciones. En este texto se han dejado a un lado, quizá para otra ocasión, cuestiones de índole cualitativa que suelen desembocar en reflexiones éticas y en opiniones más o menos controvertibles. Pero, puesto que la elección es libre (el suceso se busca, no se impone), cabe preguntarse cuándo y por qué es periodísti-

11Imágenes Tipo 2
(consecuencias directas del acontecimiento)

camente relevante un trágico acontecimiento súbito. Cabe plantearse si no estaremos abusando de ciertos materiales sospechosos (imágenes grabadas por aficionados que se emiten sin reparos de ninguna clase, testimonios de gente que opina

alegremente sobre las más terribles cuestiones...). Cabe sopesar si el periodismo es periodismo cuando usa palabras e imágenes impactantes, escalofriantes, solo para multiplicar el efecto de una realidad que le sabe a poco. ❖

1. Rafael Mainar, *El arte del periodista*, Ed. Destino, 2005, Barcelona, p. 125.
2. La sospecha, en relación con la televisión, es certidumbre respecto a otros medios. Véase, por ejemplo, la tesis doctoral defendida, en diciembre de 2008, por Iñigo Marauri en la Universidad del País Vasco: *Evolución en el tratamiento de sucesos en la prensa diaria de información general en España (1977-2000)*. Muchas de las coberturas informativas analizadas por el autor de esta tesis se estudian también en este trabajo. Tal es el caso de los crímenes de Puerto Hurraco (1990) o los de Alcàsser (1992), el conocido como "crimen del rol" (1994) o la riada de Biescas (1996).
3. Edwin Diamond, *The tin kazoo: Television, Politics and the News*. Cambridge, Massachussets: MIT Press.
4. Estas cuatro empresas facilitaron el acceso de dos o tres investigadores a sus correspondientes videotecas. Televisión Española, sin embargo, alegó que carecía de medios para permitir el estudio de sus telediarios durante un periodo prolongado. Esa es la única razón de que los informativos de TVE no hayan sido incluidos en esta investigación.
5. Los dos primeros inmediatamente posteriores al acontecimiento seleccionado; luego se deja uno sin ver; después se analiza el siguiente; se deja otro sin estudiar; y, por fin, se considera el cuarto y último noticiario.
6. Aspectos, todos ellos, que serán abordados en otro texto.
7. Se añaden a continuación las fechas y alguna referencia básica respecto a todos los sucesos seleccionados. Puerto Hurraco (27-08-1990): mueren nueve personas y otras doce son detenidas. Crímenes de Alcàsser (14-11-1992): desaparecen tres niñas cuyos cuerpos sin vida son localizados posteriormente. Tiroteo en Texas (16-10-1991): George Hennard mata a tiros a 24 personas. Terremoto en Los Ángeles (17-01-1994): causa 54 muertos y 5.420 heridos. Anabel Segura (29-09-1995): tras un secuestro, encontrado su cuerpo sin vida en Numancia de la Sagra (Toledo). Crimen del rol (06-07-1994): es detenido Javier Rosado, supuesto autor de estos crímenes. Diana de Gales (31-08-1997): muere en París tras un accidente de tráfico. Ana Orantes (17-12-

- 1997): víctima de violencia machista que denunció malos tratos en un programa de televisión. Biescas (07-08-1996): una riada mata a 86 personas en la *camping* de Las Nieves, en la localidad oscense de Biescas. Accidente del Concorde en París (25-07-2000): 114 muertos. Asesinato de la catana (01-04-2000): un chico mata a su padre con una catana. Kursk (12-08-2000): submarino nuclear ruso que se hunde con 118 personas. Accidente del Columbia (01-02-2003): el trasbordador se desintegra con sus siete tripulantes a bordo. Asesino de la baraja (03-07-2003): se entrega en Puertollano tras cometer, supuestamente, varios crímenes: las víctimas eran elegidas al azar. Tony Alexander King (18-09-2003): detenido por la muerte de las jóvenes Sonia Carabantes y Rocío Wanninkhof. Metro de Valencia (03-07-2006): accidente de metro en el que mueren 43 personas. Tsunami en Indonesia (17-07-2006): al menos, 500 muertos. Natacha Kampusch (23-08-2006): huye tras ocho años de secuestro. Madeleine McCann (07-09-2007): los padres son declarados sospechosos por la Justicia de Portugal. Accidente de Barajas (20-08-2009): mueren más de 150 personas en un avión de Spanair. Marta del Castillo (14-02-2009): detenido el ex novio de Marta, la joven desaparecida en Sevilla.
8. Aunque el Gráfico nº 4 se refiere a "minutos", se ha preferido presentar los datos en forma decimal (9,99, por ejemplo, en 2006), para facilitar las sumas de magnitudes homogéneas en el conjunto de la gráfica.
9. En nuestra categorización, el Tipo 1 corresponde al registro directo del acontecimiento; el Tipo 2 refleja consecuencias directas del suceso (sangre en el suelo, o restos de un avión); el Tipo 3 corresponde a imágenes relacionadas indirectamente con el acontecimiento (la vivienda de una mujer agredida, el buzón con el nombre de un protagonista de la información, etc.); el Tipo 4 incluye secuencias con un valor meramente ilustrativo (un avión cualquiera para hablar de un accidente aéreo, una calle en la que supuestamente ocurrió algo...); el Tipo 5 se identifica con las postproducciones (imágenes creadas artificialmente para ilustrar un suceso o localizarlo geográficamente); y, por último, el Tipo 6 sirve para computar "otros tipos de imágenes".

Estrategias periodísticas en las primeras guerras del siglo XXI

Análisis de las técnicas de reporterismo y las pautas de escritura en las crónicas de Alfonso Rojo, Juan Cierco, Gervasio Sánchez y Ángeles Espinosa, desde la Primera Guerra del Golfo hasta la Invasión de Irak (1990-2003).

ROSANA FUENTES

El producto final de corresponsales, enviados especiales, *freelances* o fotoperiodistas emplazados en cualquier rincón del planeta para la cobertura de conflictos, que suele presentarse en forma de crónica, se analiza a través de las informaciones impresas sobre las primeras guerras que asolaron el siglo que nos ocupa. En este artículo, resumen de la tesis *Estrategias informativas durante las primeras guerras del siglo XXI. El caso de cuatro corresponsales españoles de prensa*, se indaga en la evolución que sufre la labor periodística con respecto a los siglos precedentes y

destaca las nuevas ventajas e inconvenientes que se encuentran dichos profesionales.

El constreñimiento de espacio suele limitar, en la actualidad, las informaciones de los periodistas a una página en prensa compartida con datos de otros compañeros, fotografías o publicidad. Al margen de las limitaciones que el formato prensa impone a los periodistas, expertos en acotar sobre acotado, ¿qué trabajo encierra esa página? En las líneas que siguen se van a desarrollar los recursos o estrategias informativas que emplean los corresponsales para lograr esas noticias, el peso de la

Rosana Fuentes es periodista, doctora en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid y profesora investigadora en la Universidad San Jorge de Zaragoza.

ubicación, el efecto “videojuego” y “empotrado”, la influencia del *Sabbath* y la importancia de la acreditación de prensa, las diferencias entre la figura del periodista y el fotoperiodista, informar lejos del campo de batalla y el lenguaje “de la fuerza”.

Para recabar información sobre las experiencias de Alfonso Rojo, Juan Cierco, Gervasio Sánchez y Ángeles Espinosa –los cuatro periodistas cuyas crónicas se analizan aquí– y del resto de profesionales se aplica la técnica de la entrevista en profundidad. El correo electrónico o teléfono fue otra herramienta de contacto utilizada, pues muchos se encontraban en alguna cobertura en el extranjero.

Cinco conflictos

La gran cantidad de conflictos que surgieron en este siglo limitó la investigación a cinco grandes contiendas: la Guerra del Golfo en 1990-1991 y la Invasión de Irak en 2003, ambas con Alfonso Rojo para el diario *El Mundo*; la Segunda Intifada en 2000, con Juan Cierco para el periódico *ABC*; la Guerra Civil sierraleonesa en 1999-2001, con Gervasio Sánchez para *El Heraldo de Aragón*, y la llamada

caída del régimen talibán en 2001, con Ángeles Espinosa en *El País*.

El estudio parte del interés por conocer cuáles son las técnicas periodísticas que emplean los enviados especiales y si estas les permiten obtener una información lo más fiel posible a

la realidad y alejada de cualquier maquiavelismo presente en toda guerra. Con las agendas de los propios corresponsales de guerra entrevistados como posible limitación, se analiza, a través de sus testimonios, la labor que realizan desde que llegan a la zona en conflicto, las dificultades con las que se encuentran, la censura a la que están sometidos o las formas de transmisión desde el campo de batalla o el hotel hasta su regreso a la redacción del medio para el que trabajan.

La elección de las estrategias periodísticas está condicionada en todo momento por el lugar

donde se encuentre el corresponsal. Por ejemplo, hallaron menos dificultades para informar desde Jerusalén que desde los Territorios Palestinos Ocupados. En la Ciudad Santa, los periodistas cuentan con una oficina de prensa, el acceso a fuentes predisuestas, facilidad de transporte, comunicación en inglés o calidad de vi-

La elección de las estrategias periodísticas está condicionada en todo momento por el lugar donde se encuentre el corresponsal

da equiparable a Europa. Sin embargo, desde los Territorios Palestinos Ocupados, los periodistas han de sortear distintos obstáculos, como Eretz, puesto fronterizo que comunica Gaza y Cisjordania.

La dificultad para acceder a las propias fuentes de información hizo que los cuatro periodistas analizados recurriesen a tácticas ortodoxas, como el uso de las fuentes oficiales o militares y, en menor número de casos, no ortodoxas¹, donde se podría incluir la obtención de imágenes en directo en zonas que consideraban estas acciones ilegales. Los resultados se analizan mediante el uso de métodos cualitativos y cuantitativos que permiten extraer resultados para poder avanzar en el descubrimiento de los recursos más empleados.

El peso de la ubicación

En función del interés que despertaron las informaciones de estos corresponsales, sus diarios las incluyeron en primera página o, por el contrario, compartieron protagonismo con las informaciones de sus compañeros o de las agencias de noticias de referencia².

Tanto *El Mundo*, *ABC*, *Heraldo de Aragón* como *El País* apostaron por sus corresponsales para que cubrieran dichas contiendas de forma exhaustiva, mantenerlos en las zonas correspondientes, enviar reporteros al escenario de los hechos, o también servir como fuente en numerosas oca-

siones para otros medios. Los periodistas aportaron una amplia experiencia y conocimiento de las zonas tratadas, que se amplió con las informaciones de los medios audiovisuales, además de diálogos con periodistas de todo tipo de medios.

Del efecto ‘videojuego’ al ‘empotrado’

La Primera Guerra del Golfo³ es el punto de partida de esta investigación. Pese a que se gestó en 1990-1991, sus repercusiones han tenido trascendencia en el siglo XXI e incidieron de manera directa en la Segunda Intifada de 2000 y en la campaña de Afganistán en 2001.

Alfonso Rojo nos condujo por esta contienda en la que durante doce días permaneció solo en Bagdad junto al enviado especial de la cadena norteamericana de televisión CNN, Peter Arnett. Sus tácticas para informar partieron, sobre todo, desde el hotel Al Rashid, donde se alojaban los periodistas.

El efecto “videojuego” que crearon los medios de comunicación audiovisuales o la competencia que vivió Rojo con la CNN hizo que la Guerra del Golfo pareciese más bien una experimentación con fuegos de artificio en tonos verde y amarillo. La ausencia de información se suplió, entre otras fuentes, con libros como *Diario de la guerra*⁴, publicado tras el conflicto, el cual aprovecha Alfonso Rojo para

mejorar sus informaciones y contar las aventuras y desventuras a las que estuvo sometido en Irak. En esta obra, las crónicas aparecen ampliadas y algunos aspectos –por ejemplo, las informaciones de alguna fuente que le había facilitado datos erróneos– están detalladamente explicados.

En la Invasión de Irak de 2003, la cobertura mediática seguida, de nuevo, a través de los ojos de Rojo permitió cotejar la evolución informativa del corresponsal de *El Mundo*. La experiencia de otros profesionales que la cubrieron también fue considerada, puesto que su seguimiento en este caso fue masivo. Las crónicas de Alfonso Rojo en 1990-1991 desde el hotel difieren de las de 2003, donde formó parte de los 150 reporteros que se encontraban en territorio kurdo. Otros periodistas informaron “empotrados”⁵ entre los militares como uno más del equipo, a pesar de que de la calidad de sus informaciones se vio afectada en no pocas ocasiones.

En ‘Sabbath’ y sin acreditación

Las crónicas de Juan Cierco desvelaron los avatares de la cuestión Palestina durante la Segunda Intifada, una guerra distinta denominada levantamiento, que influyó en la Invasión de Kuwait, la Guerra del Golfo de 1990-1991, el 11-S y la campaña de Afganistán. La ubicación del periodista en este nuevo conflicto facilitó o dificultó el acceso a la información, o la ne-

cesidad de una acreditación de prensa para moverse por los Territorios Palestinos Ocupados y cómo lograrla. Algunas prácticas religiosas como el *Sabbath*⁶ también condicionaron la búsqueda de fuentes de información.

La ausencia de información en ciertos momentos se puede suplir con algunas películas, al igual que con novelas o poesías, para la comprensión de la información de los medios de comunicación aunque, en otras ocasiones, más que informar distorsionan los hechos debido a su marcado carácter parcial.

Periodista ‘versus’ fotoperiodista

En la Guerra Civil sierraleonesa destaca la figura de Gervasio Sánchez en el *Heraldo de Aragón* como reportero que a la vez trabaja de fotógrafo, que sirve para conocer las diferencias con respecto a la labor del periodista que se limita a la búsqueda y edición de la información. La labor de Sánchez como periodista independiente al medio permitió conocer las ventajas, en lo que respecta a la organización autónoma de su propio trabajo, o desventajas que eso conlleva, como el hecho de que un *freelance* cobre por cada pieza realizada.

Dicho medio regional se interesa por la información de ámbito internacional y proporciona apoyo a Gervasio Sánchez en su cobertura desde África, un continente olvidado para los medios de comunicación

donde las grandes agencias o los propios periodistas locales africanos generan una información homogénea y estereotipada hacia el mundo.

Las informaciones de Gervasio Sánchez se sustentan con fotografías en el *Heraldo de Aragón*, mediante las cuales se plantean las prioridades que deben regir en los periódicos, basadas en sus preferencias hacia la información o la imagen. Los libros de fotografías⁷ de Gervasio Sánchez suponen un apoyo gráfico a la escritura adicional limitada en el formato prensa. Se trata de trabajos más reposados, donde se toma su tiempo para hacer las fotografías.

Informar lejos del campo de batalla

El estudio de las estrategias periodísticas de Ángeles Espinosa en *El País* durante la guerra contra los talibanes parte de la concepción del mundo a través del Islam, donde surge el concepto de *yihad* o “guerra santa”, una visión muy distinta a la que había en las guerras del siglo pasado⁸.

El interés por conocer la credibilidad de las crónicas de Espinosa fuera del país en conflicto se une al pa-

pel de las ONG como fuente y el tipo de información que pueden aportar a los medios de comunicación.

La posición estratégica de la enviada especial de *El País* varió en diversas ocasiones: sus crónicas fueron escritas entre Pakistán y Afganistán e, incluso, una vez se desplazó a Roma. Sin embargo, la mayor parte de sus informaciones partieron de Pakistán, donde ocupó una posición privilegiada en ciudades como Peshawar, Rawalpindi o Istalef para informar sobre las reacciones al conflicto del país vecino.

El lenguaje ‘de la fuerza’

El lenguaje juega un papel crucial en los resultados de los cinco conflictos analizados. En todas las guerras, los bandos lo utilizan a su antojo de manera que, al final, un

mismo hecho puede tener dos versiones totalmente contrapuestas.

Acercas del papel del lenguaje en las guerras, las conclusiones más significativas extraídas llevan a la ratificación de que los conflictos se sirven del lenguaje verbal para ampliar la supremacía con respecto al contrincante, como hizo Israel con los

El estudio de las estrategias de Ángeles Espinosa durante la guerra contra los talibanes parte de la concepción del mundo a través del Islam.

Territorios Palestinos Ocupados durante la Segunda Intifada.

El lenguaje corporal puede ayudar al periodista a mostrar cercanía con los entrevistados, expresando que quiere ser su amigo y le interesa ayudarlo. La mezcla de ambos lenguajes permitió a Gervasio Sánchez o Alfonso Armada salir de muchas situaciones complicadas en Sierra Leona, como los encuentros ante soldados jóvenes armados, bebidos o drogados, en los que tuvieron que mantener la calma, no perder el humor y tratar de ganárselos.

Las redacciones de los medios de comunicación también utilizaron el lenguaje para fijar distintas normas lingüísticas, con el fin de promover

la parcialidad informativa y limitar el trabajo a sus reporteros; israelíes y palestinos fueron expertos en dicha materia finalizada la Segunda Intifada. Las crónicas de los *pools* de periodistas en la crisis del Golfo tampoco se salvaron de la censura impuesta desde sus redacciones y desde el Gobierno norteamericano.

Las aportaciones presentadas en este artículo son una breve pincelada sobre el análisis de las técnicas de reporterismo y las pautas de la escritura que hay detrás de la elaboración de los contenidos de una o varias páginas en prensa, cientos de horas de trabajo contadas sin trabas por sus propios protagonistas: los corresponsales de guerra. ♦

1. Estrategias que no necesariamente han de ser ilícitas. Las acciones no ortodoxas pueden ser aquellas que permiten al profesional de los medios obtener una información o los contactos con alguna posible fuente informativa.
2. En el estudio, empleo el método Kayser para conocer el peso de la ubicación de las crónicas de los cuatro profesionales analizados en sus respectivos diarios, que permite conocer la importancia que da el medio a sus crónicas en función del lugar que les concede.
3. Algunos autores consideran la Guerra de Irak (agosto de 1990-febrero de 1991) como la segunda contienda del Golfo, puesto que tienen en cuenta el conflicto entre Irán e Irak (septiembre de 1980-agosto de 1988). En este estudio, se cita el conflicto de Irak como el primero del Golfo.
4. ROJO, Alfonso: *Diario de la guerra*. Barcelona: Planeta, 1991.
5. La expresión periodistas “empotrados” proviene del término inglés *embedded*, que, en este caso, evocaba proximidad entre los enviados especiales y los soldados. Los periodistas “incrustados” estaban adscritos a un grupo militar y participaban de todas sus actividades, “embebidos”, “encaramados” o “incrustados” entre los militares como uno más del equipo dando en directo la versión del Pentágono.

6. Las escrituras contienen cerca de 150 referencias al *Sabbath*. En los tiempos de Moisés trabajar durante el *Sabbath* se penalizaba con la muerte (Éxodo 31:15) y un hombre era apedreado hasta morir si juntaba leña ese día. (Números 15:32-36). Hoy en día, ateniéndonos a la práctica del periodismo, no se puede informar desde algunos barrios ultraortodoxos durante el *sabbath* porque resulta difícil hablar con los judíos que lo guardan, sacarles fotografías, desplazarse en transporte público por Israel, conducir por barrios judíos “religiosos”, o entrar o salir de la Franja de Gaza.
7. SÁNCHEZ, Gervasio: *Niños de la guerra*. Barcelona: Blume, 2000; *Sierra Leona: guerra y paz*. Barcelona: Blume, 2005; *Vidas minadas*. Edición Intermón, Manos Unidas y Médicos Sin Fronteras. Barcelona: Blume, 1997.
8. Durante el siglo XIX, la historia de la humanidad fue una historia de luchas de clases, con sociedades divididas en estamentos. En la Roma antigua fueron los patricios, los équites, los plebeyos, los esclavos; en la Edad Media, los señores feudales, los vasallos, los maestros y los oficiales de los gremios, los siervos de la gleba, y dentro de cada una de esas clases todavía nos encontramos los nuevos matices y gradaciones. MARX, K.; ENGELS, F.: *Manifiesto Comunista*. Madrid: Editorial ALBA, 2000.

El secreto judicial y el derecho a informar (I)

El tema es complejo, enmarañado y confuso en la orquestación normativa vigente, fruto y consecuencia de una legislación positiva de difícil encaje constitucional. La cuestión salta a las interpretaciones más dispares, judiciales o no, cuando un hecho de relevancia pública asentado en sede judicial es objeto de tratamiento informativo, bien sea por los sujetos comprometidos, la naturaleza de la acción o su singular contenido. Y la consecuencia del silencio exigido se concreta en la ya tediosa frase de “matar al mensajero”, que tiene co-

mo resultado impedir hacer efectivo el fundamental derecho a estar informados que tenemos todos los ciudadanos. Porque vetar que el periodista cumpla con su función de informar es negar el derecho a conocer de las personas y dificultarles su derecho a opinar y a decidir. Ciertamente, esta argumentación legitimada por valores y principios democráticos tiene una hipotética contraposición, el derecho al honor y dignidad de los implicados, el respeto a la universal presunción de legalidad y no inmiscuirse en la práctica judicial de los administradores

Teodoro González Ballesteros es catedrático de Derecho de la Información de la Universidad Complutense de Madrid.

de la Justicia, no entorpecer la función de jueces y magistrados.

La cuestión del genérico secreto judicial, del que forma parte el sumarial, debe plantearse en el campo normativo o legal, en la interpretación jurisprudencial que jueces y magistrados hacen de la norma, y en el derecho a saber que tiene la soberanía popular. El principio general y teórico que proclama nuestra Constitución es el derecho fundamental de todas las personas a un proceso público (art. 24.1), que reitera, matizándolo, en el art. 120.1 al disponer que las actuaciones judiciales serán públicas, “con las excepciones que prevean las leyes de procedimiento”. También, y en el mismo ámbito propio de los derechos fundamentales, reconoce y protege los derechos a comunicar (informador) o recibir (ciudadano) libremente información veraz por cualquier medio de difusión (art. 20.1.d), que hacen posible el ejercicio de uno de los derechos públicos más importantes en un régimen de convivencia democrático, el derecho a participar en los asuntos públicos mediante elecciones periódicas (art. 23.1). El ejercicio responsable de la participación ciudadana exige el derecho a estar informado.

El Tribunal Constitucional (TC), como superior intérprete de la Constitución, se ha pronunciado sobre el sentido de la declaración relativa a la publicidad de las actuaciones ju-

El ejercicio responsable de la participación ciudadana exige el derecho a estar informado.

diciales en algunas, pocas, sentencias. La interpretación más constitucionalmente correcta, que ha servido de referencia para entender el contenido del art. 120.1, la aporta el TC en su sentencia 30/1982, de 1 de junio, cuando dice: “El principio de publicidad de los juicios, garantizado por la Constitución, implica que estos sean conocidos más allá del círculo de los presentes en los mismos, pudiendo tener una proyección general. Esta proyección no puede hacerse efectiva más que con la asistencia de los medios de comunicación social, en cuanto tal presencia les permite adquirir la información en su misma fuente y trans-

mitirla a cuantos, por una serie de imperativos de espacio, de tiempo, de distancia, de quehacer, etc., están en la imposibilidad de hacerlo. Este papel de intermediario natural, desempeñado por los medios de comunicación social entre la noticia y cuantos no están, así, en condiciones de conocerla directamente, se acrecienta con respecto a acontecimientos que por su entidad pueden afectar a todos y, por ello, alcanzan una especial resonancia en el cuerpo social. No resulta adecuado entender que los representantes de los medios de comunicación social, al asistir a las sesiones de un juicio público, gozan de un privilegio gracioso y discrecional, sino que lo que se ha calificado como tal es un derecho preferente, atribuido en virtud de la función que cumplen, en aras del deber de información constitucionalmente garantizado” (FJ 4°).

Igualmente, debe recordarse la doctrina fundamental creada por el Tribunal Constitucional respecto al art. 20.1 d), recogida del Tribunal Europeo de Derechos Humanos en su interpretación del art. 10 del Convenio Europeo de 1950, que en su sentencia 6/81, de 16 de marzo, nos dice: “El art. 20 de la Constitución, en sus distintos apartados, garantiza el mantenimiento de una comunicación pública libre, sin la cual quedarían vaciados de contenido real otros derechos que la Constitución consagra, reducidas a formas hue-

ras las instituciones representativas y absolutamente falseado el principio de legitimidad democrática que enuncia el art. 1.2 –soberanía nacional–, y que es la base de toda nuestra ordenación jurídico-política. La preservación de esta comunicación pública libre sin la cual no hay sociedad libre, ni, por tanto, soberanía popular, exige la garantía de ciertos derechos fundamentales comunes a todos los ciudadanos y la interdicción con carácter general de determinadas actuaciones del poder, pero también una especial consideración a los medios que aseguran la comunicación social y, en razón a ello, a quienes procesionalmente los sirven” (FD 3°).

Los adjetivos que servían de introducción a este artículo tienen aquí ya una cierta justificación. El texto constitucional, tanto en su declaración del art. 24.2 como en su referencia del art. 120.1, se refiere al desarrollo de los juicios, de las vistas públicas, no al conocimiento de los documentos procesales, ni a su publicidad ni a su secreto. A salvo de que se pretenda equiparar el acceso de los ciudadanos a los archivos y registro administrativo, vetado en lo que afecte a la seguridad y defensa del Estado, la averiguación de los delitos y la intimidad de las personas [art. 105 b) de la CE] con la actividad informativa de los periodistas. Es decir, a falta de una disposición normativa fundamental

que ampare el secreto judicial, habrá que estar en los hechos que sean de interés público y que el ciudadano tenga derecho a conocer para que su derecho de participación social sea efectivo.

El vigente ordenamiento jurídico ordinario es peculiar, cuando no muy singular, en el tratamiento que da al secreto judicial. Como principio general, la Ley Orgánica del Poder Judicial –LOPJ– reproduce en un mismo precepto (art. 232) las referencias constitucionales al disponer que “las actuaciones judiciales serán públicas, con las excepciones que prevean las leyes de procedimiento. Excepcionalmente, por razones de orden público y de protección de los derechos y libertades, los jueces y tribunales, mediante resolución motivada, podrán limitar el ámbito de la publicidad y acordar el carácter secreto de todas o parte de las actuaciones”. Y añade: “Las partes y cualquier persona que acredite un interés legítimo tendrán derecho a obtener copias simples de escritos y documentos que consten en los autos, no declarados secretos ni reservados” (art. 234.2).

La LOPJ, que vincula a jueces y tribunales, va más allá y enmienda la Constitución. No solo se refiere a la publicidad de las actuaciones judiciales en su naturaleza de “acto público”, sino que incluye, lo que no hace la Constitución, los escritos y documentos que consten en los au-

El vigente ordenamiento jurídico ordinario es peculiar, cuando no muy singular, en el tratamiento que da al secreto judicial.

tos en el posible ámbito de lo secreto o reservado. Es decir, ya ha cobrado forma el secreto judicial.

La mentada Ley del Poder Judicial, en el ámbito propio de sus competencias, también se refiere a la revelación de hechos por parte de jueces, magistrados y abogados. Así, dice: “Los jueces y magistrados no podrán revelar los hechos o noticias referentes a personas físicas o jurídicas de los que hayan tenido conocimiento en el ejercicio de sus funciones” (art. 396); y también: “Los abogados deberán guardar secreto de todos los hechos o noticias que conozcan por razón de cualquiera de las modalidades de su actuación profesional...” (art. 542).

Estas prevenciones, cuando de causa criminal se trate, tienen su referencia específica en el Código Penal.

En lo concerniente a la difusión de asuntos judiciales, el Reglamento del Consejo General del Poder Judicial 1/2000, de 26 de julio, de los órganos de gobierno de los tribunales dispone: “Cuando ello resulte necesario para la adecuada información de la opinión pública, los presidentes de los Tribunales Superiores de Justicia podrán emitir notas y comunicados dirigidos a los medios informativos en relación con la actividad de los órganos jurisdiccionales de su ámbito al suscitarse ante ellos algún asunto de singular relevancia o interés público. Los presidentes ejercerán tal facultad a iniciativa propia o previa solicitud del órgano jurisdiccional que estuviere conociendo el asunto, y cuidarán en todo momento de preservar las exigencias derivadas de los derechos fundamentales al honor, a la intimidad personal y a la propia imagen, así como la plenitud de la potestad jurisdiccional del juzgado o tribunal. Análoga facultad, en su respectivo ámbito, tendrán los presidentes de las Audiencias Provinciales y Decanos, previa comunicación al presidente de su Tribunal Superior y con sujeción a las indicaciones que este les formule” [art. 54. 1 g)]. Por su parte, el también Reglamento del Consejo 1/2005, de 15 de septiembre, sobre los aspectos accesorios de

las actuaciones judiciales establece: “Se permitirá, con carácter general, el acceso de los medios de comunicación acreditados a los actos procesales celebrados en audiencia pública, excepto en los supuestos en que puedan verse afectados valores y derechos constitucionales, en los que el juez o presidente del Tribunal podrá denegar dicho acceso mediante resolución motivada” (art. 6).

Tanto la Constitución como la Ley Orgánica del Poder Judicial, al tratar de la publicidad de las actuaciones judiciales, plantean la cautela de lo que dispongan las leyes de procedimiento. De ahí, la conveniencia de examinar el secreto judicial en el ámbito de la Ley de Enjuiciamiento Civil –LEC–, y la Ley de Enjuiciamiento Criminal –LECR–. La primera de ellas, al referirse a las actuaciones judiciales, señala: “La publicidad de las actuaciones orales, de prueba, las vistas y las comparecencias cuyo objeto sea oír a las partes antes de dictar una resolución se practicarán en audiencia pública. No obstante, podrán celebrarse a puerta cerrada cuando ello sea necesario para la protección del orden público o de la seguridad nacional en una sociedad democrática, o cuando los intereses de los menores o la protección de la vida privada de las partes y de otros derechos y libertades lo exijan o, en fin, en la medida en que el tribunal lo considere estrictamente necesario, cuando por la concurrencia de circunstancias especiales la pu-

blicidad pudiera perjudicar a los intereses de la Justicia” (art. 138). “Los tribunales por medio de auto podrán atribuir carácter reservado a la totalidad o a parte de los autos cuando tal medida resulte justificada...” (art. 140).

De lo referido hasta ahora sobre el secreto judicial y su entorno civil, pueden colegirse dos cuestiones: 1.- La Constitución, al referirse a la publicidad de las actuaciones judiciales, no incluye la difusión de los documentos que conforman dichas actuaciones, existiendo una clara y evidente distinción entre lo que es “actuación judicial”, que puede ser o no secreta, y “documento judicial”, al que en lugar alguno se refiere la CE. Por contra, sí que se refiere expresamente a los fundamentales derechos a comunicar y a recibir información, reconociéndoles a los profesionales de la información el derecho al secreto profesional en el ejercicio de su libertad informativa. 2.- La difusión de hechos o noticias relacionados con procedimientos judiciales la considera la LOPJ en su planteamiento negativo. Así, se anuncian medidas sancionadoras para los jueces, magistrados y abogados que revelen circunstancias de los asuntos que conozcan por razón de sus funciones o actuación profesional. Ciertamente es que el Reglamento de los órganos de gobierno de los tribunales permite a los presidentes de los Tribunales


La LOPJ anuncia medidas sancionadoras para los jueces, magistrados y abogados que revelen circunstancias de las actuaciones judiciales.

Superiores de Justicia y de Audiencias Provinciales y a decanos de Juzgados emitir notas y comunicados dirigidos a los medios informativos.

En conclusión, lo que podría denominarse “secreto judicial” únicamente tiene reconocimiento constitucional en lo concerniente a las “actuaciones judiciales orales”, juicios, vistas, pruebas, etc., tal y como se refleja pormenorizadamente en la LOPJ y la LEC. Cuestión distinta es, porque tiene diferente tratamiento, el “secreto sumarial”, recogido minuciosamente en la Ley de Enjuiciamiento Criminal y en Código Penal. ♦

En el siguiente número de *Cuadernos de Periodistas* se tratará el “secreto sumarial”.

El número grande se come al chico

 Cuántas prostitutas hay en España? Si tienen ustedes buena memoria y se fijan en las noticias sobre este tema, les vendrá a la cabeza una cifra de entre 300.000 y 400.000, que son los números que aparecen con más frecuencia en nuestros medios. Sin embargo, como veremos enseguida, hay muchas razones para pensar que ambos son muy exagerados. La cifra real (que, desde luego, nadie sabe con certeza) debe de estar probablemente entre 50.000 y

100.000. En las siguientes páginas, les propongo un pequeño ejercicio de indagación sobre estas cifras para comprender mejor los mecanismos que permiten que un dato claramente erróneo sobreviva durante años (décadas, en este caso).

Es lo que sucede con las “estadísticas mutantes”, de las que habla Joel Best en su magnífico libro *Lies, Damned Lies and Statistics*. Estadísticas mutantes son aquellas que en su origen eran correctas, pero que en su transmisión por divulgadores y

Josu Mezo es profesor de la Universidad de Castilla-La Mancha y editor de *malaprensa.com* (editor@malaprensa.com).

medios de comunicación van perdiendo información o matices y se van transformando hasta cambiar sustantivamente de significado. Casi siempre, esas transformaciones hacen que la estadística sea más rotunda y espectacular, por lo que desplazan a otros números menos vistosos pero más rigurosos.

En este caso, el dato original fue probablemente una conjetura que alguien hizo sin ningún apoyo empírico. Como dice Best, las conjeturas son a veces una forma perfectamente legítima de estimar el tamaño de un fenómeno social, especialmente cuando este es ilegal, clandestino o socialmente mal visto, y por tanto no es fácil de medir. Como primera aproximación, no hay nada malo en hacer conjeturas. El problema aparece cuando la pura conjetura, hecha sin apenas información, o por alguien interesado, se va difundiendo sin las cautelas sobre su origen o su carácter especulativo, y circula como si fuera un dato cierto.

Veamos rápidamente algunos episodios de la historia de las cifras de la prostitución en España. El 10 de marzo de 1972, un artículo en *ABC* del fiscal del Supremo, Fernando Herrero Tejedor, decía que en España eran prostitutas nada menos que el 6% de las mujeres de 15 a 59 años, lo cual daría, con el censo de 1971, un número total de 600.000 prostitutas (18 por mil habitantes). Otras referencias dicen que en aquellos

Esas transformaciones hacen que la estadística sea más rotunda y espectacular, por lo que desplazan a otros números menos vistosos pero más rigurosos.

años se hablaba de medio millón de prostitutas. Sin embargo, aquellas cifras (sobre cuyo método de cálculo nada sabemos) no arraigaron. Si lo hizo la estimación de las 300.000 a 400.000 prostitutas, que tiene mucha solera: apareció ya en un reportaje del 19 de abril de 1978 en *El País*, atribuyéndosela a “fuentes jurídicas” no precisadas (daría una tasa de entre 8 y 10,6 por mil habitantes). Los dos valores triunfaron y son los que han venido apareciendo en los medios desde entonces hasta hoy, aisladamente o como rango.

De ellos se han derivado otros números que han alcanzado gran popularidad. Así, en una noticia de *El*

Mundo de diciembre de 1996, titulada “Un millón de hombres al día va de prostitutas”, se explicaba, citando a Pepa Barahona (una experta): “Tirando por lo bajo, en España debe de haber unas 300.000 prostitutas... Pon que cada una de ellas atiende diariamente, tirando también por la bajo, a tres clientes. Significa que, en total, casi un millón de españoles requieren cada día de los servicios de prostitutas. Y creo que incluso me quedo corta”. El millón de clientes diarios es ya un lugar común en las noticias sobre el tema.

Volviendo al número de prostitutas, es de entrada sospechoso que la misma estimación que se hizo por alguien en 1978, siga valiendo 31 años más tarde, con todos los cambios que ha habido en la sociedad española, de riqueza, educación, estructura económica, costumbres (incluidas las sexuales), legislación, población, composición de la misma por edad, etc. Sería una casualidad asombrosa que todos esos cambios combinados hubieran producido un resultado agregado igual exactamente a cero, de forma que hubiera hoy el mismo número de prostitutas que entonces. Naturalmente, lo que sucede es que como no hay detrás ningún método conocido de cálculo que lo justifique, el número es inmune a todos los cambios sociales.

Pero hay dos vías por las que podemos ver que estas cifras no se sostienen. La primera es simplemente

la del sentido común. Según el último padrón en España, habría unos 17,2 millones de varones entre 15 y 69 años, que con generosidad podríamos considerar que son clientes potenciales de la prostitución (en 1978, por cierto, eran sólo 12,4). Si hubiera en España 300.000 prostitutas resultaría que cada 57 varones mantendríamos a una; con 400.000 prostitutas ya estaríamos hablando de que son 43 varones los que sostienen con su gasto cotidiano a una prostituta. Si vamos al número de visitas diarias (el famoso millón), encontraríamos una media mensual de 1,7 visitas por potencial cliente, o 21 visitas al año por varón residente en España entre los 15 y los 69.

El sentido común nos debería hacer dudar también de otras cifras que se manejan habitualmente, como la de que los españoles se gastan cada día 50 millones de euros en este negocio, 18.000 millones al año, más de los que nos gastamos en telefonía móvil (que, en 2008, fueron 15.000 millones, según la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones –CMT–). Es una cifra publicitada por la patronal de los locales de alterne (Anela), que medios y activistas han reproducido alegremente, y que implica que la media del gasto por varón de 15 a 69 años sería de unos 1.050 euros anuales, unos 87 al mes. Nadie debería creerse cifras así.

Pero hay algo aún mucho más

contundente que estos razonamientos. En los últimos años, ha habido varios estudios empíricos de carácter local o nacional que han intentado por distintos medios “contar” el número de prostitutas (en clubes, en la calle, en pisos...), y son totalmente incompatibles con la vieja cifra de las 300.000 ó 400.000 prostitutas, y las tasas derivadas (entre 6,5 y 8,7 por mil habitantes en 2008). En 1991, un estudio realizado por el sociólogo Ignasi Pons en Asturias, y financiado por la Secretaría de la Mujer del Principado, encontraba que había allí unas 1.400 prostitutas (1,3 por mil habitantes)¹. A fines de los 90, en Castilla y León, otro estudio, financiado por la Junta, encontró 2.600 prostitutas (0,99 por mil)². En las mismas fechas, el Defensor del Pueblo de Andalucía calculó unas 20.700 prostitutas en esa comunidad (2,8 por mil)³. Sin embargo, poco después, el Instituto de la Mujer de la misma comunidad patrocinó un estudio detallado que encontró solo unas 4.000 (0,5 por mil)⁴. En 2003, un estudio realizado en Mallorca encontraba unas 2.500 prostitutas (3,3 por mil)⁵. Un estudio muy reciente encargado por la Generalitat de Valencia ha calculado que las prostitutas en la comunidad podrían ser unas 10.000 (2 por mil habitantes)⁶.

Mención aparte merece el estudio anual de la Guardia Civil que trata de hacer un conteo aproximado de

Como no hay detrás ningún método conocido de cálculo que lo justifique, el número es inmune a todos los cambios sociales.

las mujeres que puede haber en el conjunto de clubes que quedan bajo su jurisdicción (que son visitados regularmente para controlar sus licencias y el cumplimiento de la normativa variada que les afecta)⁷. Provincia por provincia, cuentan el número de clubes y estiman cuántas mujeres pueden trabajar en cada uno de ellos, produciendo una cifra que ronda, en los últimos años, las 20.000 anuales. Aunque la mayoría de los expertos coinciden en que la prostitución en esos locales de carretera es ya la mayoritaria, con diferencia, podemos suponer que sean tan solo la mitad o un tercio del total. Estaríamos hablando para toda España de

40.000 ó 60.000 prostitutas, con tasas del 1 ó 1,5 por mil habitantes.

Tenemos así que de siete estudios empíricos cinco darían tasas de entre 0,5 y 2 prostitutas por mil habitantes y solo dos dan valores que rondan las 3 por mil. El máximo (3,3, en Mallorca, zona con gran población flotante, donde la tasa por población estable puede ser engañosa) llega aproximadamente a la mitad de la tasa de 6,5 por mil, que correspondería a 300.000 prostitutas en toda España. Muchos se quedan en un tercio, y aun bastante menos.

Respecto al famoso millón de servicios diarios tenemos la evidencia de la encuesta de Salud y Hábitos Sexuales que hizo el Instituto Nacional de Estadística (INE) en 2003, el cual revelaba que, entre los varones de 18 a 49 años, un 25% había pagado alguna vez por sexo en su vida, un 13% en los últimos cinco años y un 6% en los últimos doce meses. Extendiendo esa frecuencia de los 15 a los 69 años, habría visitado a una prostituta (una o más veces) en todo un año poco más de un millón de españoles. Aun contando con que una parte considerable de los encuestados mintiera (por vergüenza), son datos totalmente incompatibles con la fantasía del millón de visitas diarias, y también, de rebote, con las propias cifras sobre el número de mujeres dedicadas a la prostitución (cada dos clientes del último año mantendrían a una mujer).

En definitiva, se ha acumulado una considerable evidencia empírica, en estudios documentados, con métodos publicados, con autores institucionales, que choca directamente con una cifra mágica que se viene repitiendo desde hace 30 años. Y, sin embargo, es esta última, la cifra grande y espectacular, sin fuente, sin método, sin autor, la que sobrevive y prevalece.

A ello contribuye sin duda que, como es conveniente para su causa, suele ser también aceptada por activistas, grupos o, incluso, expertos que quieren llamar la atención sobre un fenómeno. Y así encontramos que varios de los expertos y grupos que testificaron o presentaron documentos a la ponencia sobre la situación de la prostitución en España dieron por buenas las 300.000 ó 400.000 prostitutas. En fin, el triunfo se completó cuando la Comisión Mixta de los Derechos de la Mujer y de la Igualdad de las Cortes Generales aprobó, en 2007, el informe de dicha ponencia, en el que incluía las siguientes afirmaciones: “Los españoles se gastan 50 millones de euros todos los días en prostitución. En nuestro país, hay 15 millones de varones potenciales clientes de 400.000 prostitutas o una por cada 38 hombres”.

Se cierra así el proceso por el cual la cifra completamente imaginaria se convierte, a través de su repetición, en la cifra oficialmente reco-

nocida por la autoridad, lo que aumenta enormemente su legitimidad y favorece que siga siendo repetida acríticamente. Es cierto que los medios son solo parcialmente responsables de este desaguisado, ya que activistas, expertos y hasta, finalmente, las Cortes Generales han caído también en la atracción fatal de la estadística mutante. Pero, como mediadores de tanta importancia en el debate público, deberían poner especial cuidado en no ser caja de resonancia de datos sin soporte alguno. Al final, como dice Best, todo se reduce a hacer la pregunta clave ante cualquiera que nos dé un dato: ¿Y usted cómo lo sabe? ◆

La cifra grande y espectacular, sin fuente, sin método, sin autor, es la que sobrevive y prevalece.

1. Pons i Antón, I. y Pons S. 1992. *La cara oculta de la luna: condiciones de vida de las prostitutas en Asturias*. Barcelona: Universidad de Barcelona.
2. Jiménez, A. y Vallejo, D. 1999. *Estudio sobre la prostitución femenina en la Comunidad de Castilla y León*. Valladolid: Consejería de Sanidad y Bienestar Social, Junta de Castilla y León.
3. Andalucía. Defensor del Pueblo Andaluz. 2002. *La prostitución: realidad y políticas de intervención pública en Andalucía: informe especial al Parlamento*. Sevilla: Defensor del Pueblo Andaluz.
4. Guilló Girard, C. I., coord. 2005. *La prostitución en la Comunidad Autónoma de Andalucía*. Colección Estudios, nº 22. Sevilla: Instituto Andaluz de la Mujer.

5. Ballester, Orte i altres. 2003. "Estudi sobre la prostitució femenina a Mallorca" en: AA VV: *La prostitució femenina a les Balears* (103-155). Palma: Lleonard Muntaner.
6. Serra, I., coord. (Sin fecha). *La prostitución femenina en la Comunidad Valenciana*. Valencia: Generalitat Valenciana.
7. Guardia Civil. Unidad Técnica de Policía Judicial. 2005. *Informe Criminológico. Trata de seres humanos (con fines de explotación sexual)*.
8. Belza, M. J., et al. 2008. *Men who pay for sex in Spain and condom use: prevalence and correlates in a representative sample of the general population*. *Sex. Transm. Infect.* 84; 207-211.

YouTube abre un canal para reporteros

El servicio de alojamiento de vídeo más popular del momento en Internet, que ahora pertenece también a Google, cuenta con un nuevo canal sobre periodismo: Reporter's Center. Siguiendo con la filosofía colaborativa que tantos beneficios le ha reportado, YouTube hace una llamada a los profesionales con experiencia en la comunicación de noticias para que suban y compartan consejos e incluyan sus trabajos. Pero la llamada se amplía asimismo a todos los *internautas*, a los que anima a grabar con su móvil desastres naturales o cualquier incidente ocasional del que sean testigos. Para unos y otros, ya cuenta de partida con piezas de periodistas tan conocidos como Bob Woodward, que ofrecen

artículos o dan consejos acerca de cómo realizar entrevistas, comprobar las fuentes, capturar correctamente las imágenes, contar las historias o llevar a cabo un reportaje de investigación. Incluso, se dan detalles de cómo mantener la integridad física durante la grabación de una situación conflictiva y cómo evitar problemas legales.

A la vez, YouTube está animando a empresas periodísticas a que se integren en el YouTube Partner Program, por el que sus vídeos podrán ser utilizados por el servicio de noticias de Google, Google News. Como contrapartida, pone sobre la mesa garantías de gran visibilidad en la red, más visitas y acuerdos de tipo económico para los medios con los que llegue a un acuerdo. Aparte de Bob Woodward, ya cuenta con acuerdos previos con Arianna Huffington —que no se pierde una en lo que a innova-

Félix Bahón es periodista, profesor de Periodismo Digital en la Universidad Carlos III de Madrid y *bloguero* (www.felixbahon.com).

ción se refiere—, así como con agencias de noticias como Reuters o Associated Press y medios como *Newsweek*, *Time* o *The Washington Post*.

Con ello, la empresa del Gran Buscador se mueve a la vez en dos bandas del terreno de juego: el del “periodismo ciudadano” y el profesional. El objetivo es convertir YouTube en el referente en cuanto a contenidos de actualidad en la red. Ya lo es de los aficionados, pero, al menos, todavía la publicidad acude mejor a la llamada de piezas profesionales.

Fuente: Youtube.com/reporterscenter

NewsCore, el nuevo invento de Murdoch

News Corporation, el grupo de Rupert Murdoch, prepara un servicio web interno donde se agruparán todos los artículos y vídeos elaborados en los medios de la empresa. Así, esta información podría ser publicada bajo varias cabeceras y no solo en la original para la que fue concebida, independientemente del perfil de los receptores, que podrían ser televidentes, lectores de periódico o *internautas*. El servicio se llamará NewsCore (Núcleo de noticias), y tendrá sedes en Nueva York, Londres y en algún punto de Asia. Su funcionamiento será parecido al de una agencia de noticias de carácter global, que alimentará

de información a 30 cadenas de televisión en abierto y por cable —como Sky News y Fox News—, más de 20 periódicos —como *The Times* y *The Wall Street Journal*— y 18 páginas web en todo el mundo.

Según informaciones de *The Guardian*, el servicio NewsCore ya está aprobado por Rupert Murdoch, aunque aún no se conoce su fecha de presentación. Explorará las colas de la historia electrónica de la compañía, los canales por satélite y los sitios web. NewsCore distribuirá texto, vídeo, audio y “periodismo ciudadano” en todo el mundo en tiempo real.

Fuente: *Guardian Media News*

Los móviles y la ‘geolocalización’

Ryan Thornburg, ex editor de *Washingtonpost.com*, plantea en una entrevista para *Perfil.com* que la clave de las noticias en Internet será la “geolocalización”, un servicio que brindan algunos teléfonos móviles para detectar con precisión la ubicación del aparato. Pone un ejemplo: cuando pasemos con el móvil por un McDonald, este emitirá un cupón de descuentos personalizados parecidos a los que ya se utilizan ahora en algunos supermercados cuando se pasa una tarjeta electrónica. Para este profesor

de la Universidad de Carolina del Norte (Estados Unidos) y experto en periodismo *online* –trabajó como consultor para *U.S. News & World Report*–, es muy difícil saber cómo hacer rentables los medios digitales, pero señala que, frente a los nuevos retos, los periodistas deben estar cada vez más capacitados. En su opinión, el cambio más grande es cómo la gente obtiene las noticias, porque los lectores piden las noticias y tienen un rol activo. En los medios tradicionales, todos reciben el diario en el mismo momento y los periodistas nos hemos acostumbrado a esa situación. Ahora, si quieren leer sobre algo van a un buscador, definen palabras clave y leen solo lo que les interesa. El cambio obliga a los profesionales a pensar tanto en las audiencias como en los formatos, en lo que quiere el público y en qué forma desea recibir la información. Una de las preguntas básicas es “qué están haciendo nuestros lectores cuando reciben las noticias” y “qué se preguntan”. Además, el cambio es constante, pues en los teléfonos móviles la pantalla es más pequeña y las conexiones más lentas. Hay que pensar distinto. Thornburg señala que la nota que se publica en la web no debe ser la misma que se envía a los dispositivos móviles. Hay que hacer una adaptación de los contenidos y pensar en lo que la gente puede ver.

Los textos largos no valen; y los vídeos a través de teléfonos móviles implican plataformas muy costosas. Es un servicio muy caro y no es para todo el mundo todavía.

Fuente: *Perfil.com*

Hojea cómodamente la prensa

En un paso más para saltar de las cabeceras directamente al contenido, el incansable laboratorio de ideas de Google acaba de lanzar su nuevo experimento, Google Fast Flip. Se trata de una herramienta digital de búsqueda que permite hojea páginas de los principales diarios y revistas. La web presenta los resultados, hasta ahora solo estadounidenses y británicos, como si de una revista se tratara, con paso rápido de página y sin problemas de recarga. Es un paso más en el acercamiento a los medios por parte del buscador de Mountain View (California). Los responsables del Google Labs ya han confirmado que el objetivo es aumentar la publicidad y compartir los beneficios obtenidos con los medios asociados. Están convencidos de que más lectores y más rapidez de muestra es una combinación que convencerá tanto a los anunciantes como a los medios. De momento, junto a *The New York Times*, *The Washington Post* y

la BBC, el buscador incluye también revistas de información internacional como *Newsweek*, *Slate* y *BusinessWeek*, y femeninas, como *Cosmopolitan*, *Elle* y *Marie Claire*, además de algunos de los *blogs* más influyentes, como *TechCrunch*.

Según el *New York Times*, es una apuesta por la visualización gráfica de la información que renueva el concepto de Google News. Además de permitir hojear informaciones como en una revista, se ordenan por popularidad, sección, temas y fuentes. El servicio ha pensado también en los teléfonos móviles, para los que, hasta la fecha, ofrece una versión con el sistema operativo Android y los dispositivos iPhone.

No hay que perder de vista que Google será la primera de la industria de los medios en alcanzar 100.000 millones de dólares de valoración. El buscador superará en ingresos publicitarios en 2009 a la suma de lo que ingresan en horario de máxima audiencia los canales de televisión estadounidenses NBC, ABC, CBS y Fox.

Fuentes: *Nytimes.com*, *Googletlabs.com*

Revistas en dispositivos táctiles

Como muestra de la pujanza que están adquiriendo las minipanta-

llas de los teléfonos móviles en el servicio de información, la editorial Condé Nast presenta una aplicación para ver sus revistas en el iPhone y el iPod Touche. La primera cabecera en probar los dispositivos táctiles de Apple será *GQ*. Su número de diciembre está disponible desde mediados del mes anterior en iTunes a un precio de 2,99 dólares, la mitad de lo que cuesta la edición impresa en el quiosco pero mucho más cara que la suscripción, que sale a un dólar.

Los lectores estadounidenses ya habían visto experiencias previas con cabeceras como *Lucky* y *Men's Health*, que, sin embargo, se ofrecen como servicios extras para los lectores. En este caso, los compradores podrán ver todas las páginas tal y como aparece en la impresión, así como representaciones de todo el contenido a medida para su visualización en la pequeña pantalla. También podrán ver vídeos relacionados, oír audio y visitar páginas de los anunciantes “sin salir de la aplicación”.

La Oficina de Auditoría de Circulaciones (ABC, por sus siglas en inglés) contará cada aplicación vendida como si fuese un ejemplar vendido en quiosco. Condé Nast está en plena remodelación empresarial. Ha cerrado cinco revistas este año y ahora está recortando presupuestos y personal.

Fuente: *Advertising Age*

'The New York Times' contrata a una cooperativa de periodistas

Un periódico que está mostrando mucha imaginación para buscar soluciones es el *New York Times*. Acaba de anunciar que una cooperativa de periodistas se ocupará de proveer contenidos para su nueva edición en Chicago. De esta forma, aprovecha la fuerza de trabajo de muchos de los despedidos del *Chicago Tribune* y se introduce en una ciudad hasta ahora controlada por el periódico mencionado y por *The Chicago Sun-Times*, ambos con graves problemas debido a la mala situación financiera de sus respectivas compañías editoras.

La cooperativa de redactores, bautizada con el nombre de CNC (Chicago News Cooperative), se encargará de editar cuatro páginas semanales, repartidas en dos días diferentes, que se incluyen en los ejemplares del *Times* que se distribuyen en Chicago desde el 20 de noviembre.

La fundación MacArthur ha apoyado financieramente el proyecto laboral de estos periodistas que quedaron en paro, por lo que CNC cuenta con una redacción propia y también con una página web,

Chicago Scoop, donde atender otros compromisos editoriales. De momento, al margen de en *TNYT*, tienen trabajo adicional en la cadena de televisión de Chicago, *WTTW 11*.

Fuente: *The New York Times*

Redes sociales y (auto) control del periodista

La última edición del informe *Nieman Reports*, elaborado por la Fundación Nieman para el Periodismo de la Universidad de Harvard, reúne más de 30 artículos que describen cómo *blogs* y redes sociales han cambiado el trabajo de los periodistas, con herramientas como Facebook o Twitter. Hay numerosas muestras a favor con ejemplos concretos de cómo estas herramientas digitales se pueden utilizar para mejorar la rutina de los redactores, especialmente cuando se trata de noticias locales, jóvenes o temas sociales. No obstante, también se debate su utilización, ya que pueden, además de “disminuir el valor de los periodistas”, rebajar el valor ético en la nueva relación que se establece entre los medios y sus receptores.

Los valores en las redes sociales pueden ser muy diferentes entre los usuarios y los periodistas profesionales, un punto a tener en cuen-

ta. Por eso, los medios se muestran cada vez más preocupados por el comportamiento de sus redactores en la red. Tanto la agencia Associated Press como los diarios *New York Times*, *Wall Street Journal* y *Folha do Sao Paulo* ya han dispuesto diversas medidas para intentar controlar qué dicen y qué muestran sus empleados en sus perfiles personales. El último en tomar cartas en el asunto ha sido *The Washington Post*, que ha enviado a su plantilla un instructivo en el que les pide que no comenten en la red nada relativo a la redacción, ni a los negocios de su periódico ni a la competencia, entre otras numerosas restricciones. Los periodistas de un medio lo representan cuando entran en Facebook, LinkedIn, MySpace o Twitter. Han de proteger la “integridad profesional” identificándose siempre como periodista del diario y manteniendo, también en estas redes, principios como la transparencia, exactitud, claridad y concisión en los mensajes.

Si bien existen otros anteceden-

tes similares en todo el mundo, el caso del *Washington Post* es paradigmático por la importancia del medio y por el detalle y el alcance que tienen sus recomendaciones. El periódico pide a sus redactores que no publiquen nada, ni incluyan entre sus contactos personas o grupos que sean racistas, sexistas o fácilmente clasificables política o religiosamente, a menos que lo hagan en el marco de una investigación periodística y lo apruebe un supervisor.

Parece lógico que los medios se preocupen por si los periodistas de su redacción pierden el norte en sus espacios personales con publicaciones que pongan en duda tanto la integridad del periodista como la del propio medio. Sin embargo, la guía del *WP* ha levantado un enorme escándalo en la red, con multitud de opiniones enfrentadas. La cuestión es si debe autocensurarse un periodista también cuando se desenvuelve en lo que podría considerarse “ámbito personal”. ♦

Fuente: *Knight Center for Journalism*