

Con pretensiones

Compartimos una gran preocupación por el estado del periodismo y queremos que las páginas de esta nueva revista, de periodistas y para periodistas, contribuyan a agitar conciencias.

FERNANDO GONZÁLEZ URBANEJA

Una de las críticas más frecuentes a la Asociación de la Prensa de Madrid ha sido la penuria de sus publicaciones. En casa de herrero cuchillo de palo, o ni eso. Las juntas directivas han debatido este asunto hasta la saciedad sin resultados apreciables. La experiencia de *Periodistas*, hace casi dos décadas, aflora sentimientos encontrados: estaba bien, pero produjo efectos no previstos, consecuencias no deseadas. Y el posterior *Boletín* ha sido errático e insatisfactorio.

La actual Junta incorporó a su programa y como punto destacado de sus propósitos, revisar la política editorial de la Asociación, dotarla de coherencia y ambición y construir un modelo respetable que sea útil a los periodistas. Y no es tan fácil cumplir esos objetivos por simples que parecen.

La Delegación de Publicaciones, de la que forman parte directivos y no

directivos, abordó este problema inmediatamente y propuso revisar el *Boletín* para dedicarlo a los asuntos internos, con dignidad y seriedad y sin tonterías ni presunciones. En ello estamos. Y propuso preparar una revista de contenidos, seria, para debatir los problemas profesionales. Aunque soy más partidario de ir paso a paso, consolidar y avanzar, me convencieron los argumentos de Carlos G. Reigosa y Félix Madero. Además, hemos comenzado una colección de libros editados por la APM en colaboración con editoriales con experiencia. El primero: *Los cronistas de la Constitución* ya está impreso y hay otros en el telar.

Son tres objetivos editoriales claros, que la Junta Directiva asumió y para los que amplió el Presupuesto de publicaciones de 2004 con una previsión de hasta medio millón de euros como cifra máxima de gasto, que triplica la de años anteriores.

Con pretensiones

Un presupuesto para sembrar iniciativas, que luego deben ser capaces de autofinanciarse.

Esta revista que ahora aparece como número 0 es fruto de esa estrategia. Una publicación trimestral con el propósito de tratar los problemas profesionales del periodismo y de los periodistas. Para su puesta en marcha la Junta facultó al presidente para crear un Consejo de Redacción de la nueva publicación formado por compañeros con ideas, trayectoria y experiencias plurales y reconocidas. El Consejo, con dedicación generosa y sin retribución económica alguna, se ha reunido un par de veces para discutir el contenido de este número y los criterios generales de la nueva publicación. Compartimos una gran preocupación por el estado del periodismo y queremos que estas páginas contribuyan a agitar conciencias.

Cuadernos de Periodistas tiene esa pretensión, agitar; predicar y defender el espíritu del artículo 20 de la Constitución: "...expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de

reproducción... comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión". Nunca los periodistas dispusimos de mandato más decidido y quizá es hora de movilizarse para cumplirlo.

Estoy persuadido de que en España nunca como ahora hubo un plantel tan amplio de periodistas de varias generaciones tan bien equipados intelectual y profesionalmente como ahora. Pero quizá nunca menos movilizados. Esta publicación, con tanta modestia como constancia, pretende empujar en esa dirección. Es una revista de periodistas y para periodistas, aunque abierta a los demás ciudadanos, a la sociedad que es nuestro caldo de cultivo.

El número 0 es un apunte de lo que pretendemos y hemos preferido compartirlo con todos los socios con carácter de borrador y prototipo. Nos gustaría conocer opiniones y sugerencias. A partir del número 2 nos proponemos someterlo al inapelable juicio del mercado, poner precio y arbitrar un sistema de suscripción que permita medir si hay lectores interesados. No encuentro otra manera para juzgar la oportunidad y el producto. ♦♦

El periodismo frente a los intoxicadores

El periodismo ya no es lo que era. Ha cambiado a la par que el mundo. Nunca la realidad informativa había estado tan contaminada. Pero, según el autor, al final el periodismo se revuelve y gana.

CARLOS G. REIGOSA

El profesor estadounidense Herbert I. Schiller (1919-2000), amigo que fue del filósofo e intérprete del Mayo del 68 Herbert Marcuse, afirmó que en nuestro tiempo la comunicación no se utiliza para comunicar sino para incomunicar. Esta paradoja se sustenta, según él, en la realidad fácilmente constatable de que incomunica todo lo que se publica y no sirve para entender la realidad. Echemos un vistazo alrededor y observaremos a qué se refiere: a esa auténtica Babel informativa que no es capaz de acercarnos a la comprensión de lo que sucede.

Schiller fue más lejos y subrayó que, en las actuales condiciones sociales

y económicas, la comunicación no permite el análisis ni la crítica, por lo tanto no es posible saber qué está pasando verdaderamente en el mundo en general ni a nuestro alrededor en particular. ¿Y por qué es así? Simplemente porque, según sus conclusiones, vivimos en un estado de amnesia cultural controlada por lavadores de cerebros.

¿Tan mal están las cosas?

Hay que empezar por asumir algunas observaciones sencillas y fácilmente contrastables. El periodismo, que vivía en el extrarradio de un mundo formalmente decimonónico, se ha trasladado al centro de nuestra actividad cotidiana, atraído y encandilado por las propias demandas de una

Carlos G. Reigosa es director de Publicaciones, Análisis y Estilo de la Agencia Efe.

era de la información que le es propicia. Así llegamos a esa mudanza mediática, que, obviamente, significa mucho más que un simple cambio de barrio. Significa, entre otras cosas, el paso del periodismo tradicional (concebido como el ejercicio de un oficio) al periodismo actual (a cargo de profesionales con rango universitario). Pero significa, sobre todo, el surgimiento de grandes grupos de comunicación, con una realidad informativa sometida a la mayor contaminación de intereses de la historia del periodismo. Es algo sobre lo que conviene reflexionar con algún detenimiento.

En 1991, el periodista francés Jean Bothorel, editorialista de *Le Figaro*, escribió en la *Revue des Deux Mondes* un artículo titulado “Le journaliste n’est pas un mediateur”, en el que denunciaba una evolución profundamente negativa del periodismo en los últimos años. “¿Puede hoy, en Francia, un periodista ejercer su oficio?”, se preguntaba. Y, cuando el lector esperaba una argumentación compleja, se encontraba con una respuesta simple y tajante: “No”. Rotundamente no. “Yo tengo el sentimiento de que el periodista ya no existe”, escribía. “Y en cuanto a la opinión pública, es demasiado poco consciente de la extraordinaria degra-

dación que afecta a este oficio, y de las razones de esta degeneración”...

La desconfianza de Bothorel encontraba su mejor justificación en los propios cambios que observaba en el lenguaje cotidiano. “Se habla cada vez menos de la prensa y cada vez más de los media. Este deslizamiento semántico traduce el cambio profundo del papel del periodista en el universo mediático que se dibuja.

En adelante, el mediador profesional reina. Y los media se han vuelto los agentes del condicionamiento social”. Para dar una idea del cambio, contraponía o confrontaba dos clases de periodistas, que él conoció: el periodista de los años sesenta y el de los ochenta (que es en buena medida el de hoy). Uno en los antípodas del otro, como veremos. El de los años sesenta (al que

se adscribía Bothorel) era el periodista atrapado en la dialéctica objetividad-compromiso, que debía encontrar sus propias señas de identidad, y que se caracterizaba por un cierto número de principios que guiaban sus comportamientos: libertad de espíritu, individualismo exacerbado, afirmación de las convicciones personales cuando debía pronunciarme sobre un acontecimiento, etc.

Esta voluntad de independencia —que según Bothorel debería ser “la

Jean Bothorel,
de ‘Le Figaro’, en
1991: “Yo tengo el
sentimiento de que
el periodista ya no
existe”.

especificidad misma del periodismo”–, no es, sin embargo, sinónimo de neutralidad. “Lo quiera o no, el periodista”, argumentaba, “es un observador comprometido. Su lectura de la actualidad es tributaria de su temperamento, de su educación, de su medio, de su pasado. Pero es un observador comprometido que no compromete a nadie más que a sí mismo, y es así como sus lectores deberían leerlo, y como sus oyentes deberían escucharlo. Agitador de ideas, se sitúa en el polo opuesto del partidario”.

Ésta es la definición del periodista que, según él, ya se había extinguido. En su lugar, había emergido otra, que acoge a una nueva raza de informadores, los cuales, lejos de ser –y de creerse– unos agitadores de ideas, lejos de afirmar sus propias convicciones ante las grandes convulsiones del mundo, reivindican la imparcialidad, la neutralidad, y pretenden contar los hechos situándose (“privilegio de los dioses”, dice Bothorel con reveladora ironía) por encima de las informaciones que difunden.

Surge así y se afirma la noción de profesionalismo, hasta hace pocos años extraña al oficio, pero ya preponderante desde los años ochenta. Lo medios, nos recordaba Bothorel, “ya no reclutan periodistas, reclutan profesionales”. De hecho, cada vez se habla menos de periodistas y más de profesionales de los medios. ¿Significa esto, como quería el editoralista de *Le Figaro*, que el periodis-

ta ha muerto, y que ha nacido el mediador-profesional?

El discurso de Bothorel, como se habrá adivinado, desembocaba en una condena sin paliativos de la situación actual. Así, acusaba a este mediador-profesional de no tener pasión, de haber perdido la fuerza de indignarse, despreciar y maldecir; de tener la serenidad de los cínicos –“que se asemeja a veces a la de los imbéciles”–; de no tener en la boca más lenguaje que el del pragmatismo o el de los sondeos; de llevar la medalla del consenso colgada en la solapa de la chaqueta, y, en fin, de ser el eco fiel de todos los conformismos dominantes.

Era la suya una arremetida brillante, brutal si se quiere, contra lo nuevo; pero su discurso se revelaba en exceso reduccionista, porque, consciente o inconscientemente, se había olvidado del cambio social, de la posmodernidad condicionante, de los imperativos propios de la nueva era (que ya se llamaba de la información), de la formación de los grandes grupos de comunicación, de la multicanalización de intereses por parte de gabinetes de prensa o direcciones de comunicación, etc. Con algo que se asemejaba al desprecio –y que no disimulaba–, Bothorel excluía del oficio (como él insistía en llamarle) a la mayor parte de quienes hoy terminan sus estudios de periodismo y acceden al mercado del trabajo. En realidad, no acogía más que aquellos

que trabajaban en periódicos, radios o televisiones, es decir, en medios de comunicación. Para los demás no tenía un comentario, ni siquiera adverso.

Sin embargo, la realidad era la que era, como ahora es la que es. Y la realidad de hoy nos muestra que cuando un periodista de cualquier medio de comunicación llama por teléfono a una empresa o a una institución para requerir un dato o una noticia, invariablemente obtiene la respuesta de otro periodista, que es el encargado de atenderlo al otro lado del hilo. Es una realidad que no ha hecho más que agrandarse y ratificarse. Hace 10 años, Soledad Gallego-Díaz, por entonces Defensora del Lector de *El País*, escribía (3-7-1994) que “al menos, en Madrid, hay casi tantos periodistas que trabajan en medios de comunicación como periodistas cuya función es, precisamente, servir de fuente a los primeros”. A este respecto, recordaba que en la *Agenda de la Comunicación 1994*, editada por la Secretaría General del Portavoz del Gobierno, figuraban los nombres y teléfonos de 425 jefes de prensa de organismos públicos, y, por lo que respecta a las empresas privadas, en la *Agenda de Comunicación Económica 1994* se enumeraban más de 400. A su vez,

los resultados de un estudio elaborado por la empresa de comunicación Inforpress –y difundidos por Efe el 13 de julio de 1994– eran también elocuentes: el 85% de las 1.000 principales empresas españolas (por volumen de facturación) tenía un responsable para sus relaciones con los medios de comunicación.

¿Qué ha pasado desde entonces? Que esta realidad se ha multiplicado a lo largo de la década, hasta el extremo de que hoy la pregunta correcta debería formularse en sentido contrario: ¿Cuántas empresas, entre las 10.000 primeras del país, carecen de instrumentos de comunicación? ¿Cuántos municipios de entidad prescinden de ellos? ¿Cuántos altos cargos, públicos o privados, quedan sin su particular jefe de prensa?... No hay duda (ni Bothorel la tendría si hubiera reparado en ello) de que una de las realidades determinantes del periodismo contemporáneo es el permanente –y sin duda hábil, consciente y deliberado– bombardeo de las redacciones de los distintos medios de comunicación por parte de los gabinetes de prensa y departamentos de comunicación, los cuales, definitivamente, influyen y participan en el proceso informativo de un modo directo y significativo. Es una reali-

Los gabinetes de prensa influyen y participan en el proceso informativo de un modo directo y significativo.

dad sobre cuyas bondades o maldades se puede discrepar sin término, conforme al antojo de cada cual, pero que ya no se puede negar ni desinventar.

¿Qué ocurre en la actualidad? ¿Sucede acaso que se han debilitado –o se están debilitando progresivamente– los valores tradicionales que han legitimado al periodismo? ¿Ocurre quizá que su función social empieza a reducirse a la mera enumeración descriptiva de acontecimientos previstos (¡ah, las previsiones, cada vez más numerosas!), cambiando profundidad por superficie, es decir, alejándose de su misión esclarecedora, escrutadora, desenmascaradora?... No exactamente. La realidad es que estamos ante una realidad periodística muy contaminada por intereses externos (legítimos sin embargo, pero desvirtuadores), y los medios de comunicación de calidad no tienen otra forma de responder a este desafío que rescatar el compromiso del periodista con la sociedad, desdeñando el servilismo o el sometimiento a ventajas o beneficios extraperiodísticos, que son los responsables de lo que Bothorel llamaría (y llamó) el “periodismo emasculado”.

He querido decir lo anterior para dejar claro que los males que hoy se denuncian (sobre todo en EEUU, pero también entre nosotros) no han empezado hace dos años o tras el 11-S, como sostienen algunos pensadores alicortos (por no imaginarlos inte-

resados o víctimas de algún contagio doctrinal). No. Los males de hoy vienen precocinándose desde finales de los ochenta. Por ello es preciso adentrarse con alguna sutileza y algún rigor en esos procesos de contaminación que penetran diariamente el tejido informativo y producen a veces consecuencias calamitosas. Y hay que decirlo con claridad: casi siempre el primer punto débil está en el uso que se hace de las fuentes (muchas veces gabinetes de comunicación), que, en un proceso más o menos dialéctico, más o menos maliciado, consiguen su propósito de orientar la información resultante conforme a sus intereses. ¿Son fallos de los medios de comunicación? En muchos casos, sí; en otros hay que atribuírselos directamente al factor humano, como diría Graham Greene. Pero el resultado es siempre el mismo: una información que desinforma.

El hecho de que, en 1991, la guerra del Golfo destinada a restaurar la independencia de Kuwait tuviese a la inmensa mayoría de los medios de comunicación a favor de los aliados que combatieron a Sadam Huseín, impidió ver una deformación informativa que ya se había hecho presente entonces: la absoluta dependencia de los periodistas respecto de los militares para poder contar algo de lo que estaba ocurriendo. Bill Monroe, uno de los editores de *The Washington Journalism Review*, lo explicó con lucidez en esta revista (abril,

Informar para desinformar

1991), en un artículo titulado “Cómo los generales superaron a los periodistas”. Es verdad que entonces los medios de comunicación se manifestaron dispuestos a reclamar judicialmente, en defensa de la libertad de expresión, pero muchos de ellos desistieron pronto de su noble empeño. Una encuesta de Times Mirror reveló una clave social de incuestionable relevancia: el 77% de los estadounidenses estaba a favor de la censura militar y la consideraba necesaria y un 57% se manifestaba en pro de un mayor control militar de los medios de comunicación. Dicho en otras palabras, nadie quería recibir malas noticias, como había ocurrido durante la guerra del Vietnam, donde los periodistas habían triunfado y los militares habían perdido. Los norteamericanos no querían una repetición de aquel episodio y estaban dispuestos a atajarlo como fuera. Como afirmó sagazmente el escritor Henry Allen en *The Washington Post*, el “bello periodista” de Vietnam se había convertido en el “feo periodista” del golfo Pérsico. La opinión pública, a la que Nixon atribuyó, en sus *Lecciones de Vietnam*, un poder determinante en el curso de una guerra, había tomado partido por Cheney, Powell, Schwarzkopf y la elite militar, que repetían incansable-

Los controles internos sirven para muy poco cuando la fuente está amparada por el anonimato.

mente: “Esto no será Vietnam, esto no será Vietnam, esto no será Vietnam”. Y no lo fue. Ni siquiera para los periodistas que, como bien escribió entre nosotros Felipe Sahagún, pocas veces tantos “trabajaron tanto para conseguir y transmitir tan poco como en la guerra del Golfo”.

¿Se exculpó alguien al final de la guerra por haber informado tan deficientemente? No, ni los militares ni los periodistas. Con un lenguaje muy actual, diríamos que hubo consenso respecto de que unos y otros habían cumplido con su deber. Se podrían citar casos escandalosos de contaminación informativa, e incluso de utilización de la posición geográfica de los periodistas (muchos de ellos fueron desplazados hacia la parte más oriental de la fronte-

ra entre Kuwait y Arabia Saudí para dar a entender que el ataque iba a ser por mar y por el sur), pero el público no estaba para sutilezas acerca de estos hechos, sobre todo si habían contribuido a la victoria, aunque fuese mínimamente: si los periodistas fueron involucrados en alguna maniobra de distracción, estaríamos, como mucho, ante un leve daño colateral, para colmo sin víctimas mortales.

Conviene recordar todo esto para entender la reciente y llamativa auto-

crítica que ha hecho *The New York Times* sobre su actuación ante la guerra de Iraq. Este periódico, tenido por el mejor del mundo (aunque esta afirmación acoja algo de papanatismo), ha reconocido que entre septiembre de 2002 y junio de 2003 publicó varios artículos basados en fuentes contaminadas de interés, en particular procedentes del grupo de Ahmed Chalabi, quizá el iraquí que más contribuyó a apuntalar el argumento de las armas de destrucción masiva en poder del déspota de Bagdad, y también del Pentágono (al convertirse en correas de transmisión del ideario bélico de Donald Rumsfeld y Paul Wolfowitz) y, por supuesto, del entorno neoconservador de la Casa Blanca. Con esta acotación temporal (2002-2003), las responsabilidades se concentraban en un responsable del periódico, Howell Raines, que dejó la dirección en mayo de 2003 al descubrirse que Jayson Blair, uno de sus periodistas estrella, había inventado algunas historias. Raines, al que se acusaba de valorar la primicia por encima de la veracidad, fue sustituido por Bill Keller, actual director, y a partir de ahí se procedió a la oportuna catarsis, con Daniel Okrent, contratado como Defensor del Lector del periódico, aplicando el escalpelo a las informaciones publicadas y poniendo al descubierto las “equivocaciones” detectadas y los textos que delataban menos rigor del requerido. La conclusión era clara: en estos casos, el gran

diario de Nueva York había sido víctima de desinformación y, en consecuencia, se había convertido en difusor y garante (y también multiplicador) de aquélla. Una situación excepcional que la realidad se empeña en presentar cada día como más habitual.

Pero la verdadera paradoja de este proceso ha sido el celo con el que se han sumado numerosos medios de comunicación de todo el mundo en apoyo de la autocritica hecha por el periódico de la Gran Manzana. De seguir así, quizá habría que admitir que la noticia que más prestigio le ha deparado este año a *The New York Times* ha sido el reconocimiento de sus errores, los cuales, por cierto, han vulnerado su *Manual de estilo* (especialmente en el capítulo del uso de las fuentes informativas) y han demostrado que toda la cadena de controles internos (muy rigurosos en este periódico) sirven para muy poco cuando la fuente está amparada por el anonimato y, por lo tanto, no se puede someter a un control exhaustivo. En este rincón oscuro se incrementa la locuacidad de la fuente, que, al verse protegida, literalmente se desmelenaa... a veces en su provecho. ¿Pecado de ingenuidad periodística por parte del periódico? ¿Exceso de presión informativa sobre los redactores? Estas son las disculpas, pero no las causas.

Bastaría comparar la guerra del Golfo (1991) con la actual de Iraq

Informar para desinformar

para darse cuenta de que los procesos informativos apenas han cambiado. Y aún más: podríamos remontrarnos hasta el caso *Watergate*, para redescubrir dónde estuvo la clave de todo aquel momento de esplendor mediático. Sin el célebre Garganta Profunda, la pareja de periodistas de *The Washington Post* que demolió a Nixon (Bob Woodward y Carl Bernstein) no hubiera logrado jamás su objetivo. Es una reflexión sobre la que hay que volver de vez en cuando, porque, de lo contrario, abriremos las puertas a una lotería informativa en la que el caso *Watergate* es un éxito porque el confidente (interesado, por supuesto) era de fiar y, aunque manejó casi a su antojo a Woodward y Bernstein, los empujó hasta el esclarecimiento de la verdad (probablemente por venganza, como tantas veces se ha escrito). En cambio, los gargantas profundas próximos a Chalabi o al Pentágono no parecían desear esclarecer ninguna verdad, sino todo lo contrario: captar para la desinformación al periódico de más prestigio del mundo. Esa fue la diferencia: a unos les tocó el gordo y otros fueron víctimas del tocomochó.

Por lo tanto, cuando hablamos de una progresiva contaminación de intereses, no estamos hablando de los

últimos dos o tres años, como quieren hacernos creer algunos de los improvisados –e innecesarios– defensores de *The New York Times*. Estamos hablando de lo que hizo posible que este proceso de desinformación se produjese, superando los controles de este titán mediático. Y aquí volvemos a encontrarnos con otra realidad que ahora nadie parece querer ver: una opinión pública estadounidense

se capaz de intimidar o condicionar a aquellos medios de comunicación que compra cada día. Se trata de un proceso de retroalimentación poco estudiado, pero tan real como la vida misma. Los controles de muchos periódicos fallaron antes y han fallado ahora, pero no es una casualidad que esto casi siempre ocurra cuando la opinión pública se ha volcado en apoyo

de una opción, de una posición o de un líder. Éste fue el caso de George Bush tras los salvajes atentados del 11-S (2001). Aquel día todo el pueblo estadounidense se unió a un presidente que confesaba sin ambages que acababa de descubrir su verdadera misión al frente del país: combatir al terrorismo dondequiera que estuviese. A partir de ahí, ¿qué fuente que apuntase en la dirección mayoritariamente señalada no se beneficiaba de un plus de credibilidad? ¿Cuál?

Los controles de muchos periódicos fallan casi siempre que la opinión pública se vuelca en apoyo de una opción o de un líder.

¿Cómo rechazarla? ¡Lo que debieron de disfrutar algunos intoxicadores desinformando a destajo y a placer!

Ante esta realidad, y si aceptásemos canjear escepticismo por pesimismo (una pésima inversión informativa), habría que someterse al dictamen de Jean Bothorel y reconocer que el periodismo ha muerto. O al menos habría que darle la razón al filósofo alemán Arthur Schopenhauer, pesimista antropológico, que ya en el siglo XIX sostenía que “la libertad de prensa debería ir acompañada de la más severa prohibición del anónimo”. Sin embargo, la realidad permite apuestas mucho más optimistas. No es un reconocimiento de errores lo que hace grande a un periódico (ni siquiera a *The New York Times*) sino su larga trayectoria en el empeño de no caer en ellos y los muchos entuertos que, con sus informaciones, ha deshecho. Los errores son inevitables, y cuantos menos mejor, pero no deben ser mitificados, ni cuando se cometen ni cuando se rectifican. Peter R. Kann, jerarca del imperio Dow Jones, dijo, en una reunión de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), que el derecho a equivocarse “puede ser el más importante de todos” en el proceso de búsqueda y conquista de una información veraz. (Obviamente, ese derecho va obligado del deber de rectificar tan pronto como se descubre el error). Pero la misión sustancial del periodismo no se altera, no cambia. Su fin sigue siendo el de horadar la

superficie plana de la realidad para ofrecer una versión lo más precisa posible sobre aquello de lo que se informa. ¿Al precio de desinformar algunas veces? A ese precio, sí. Porque no caer ocasionalmente en las garras de la desinformación es hoy un lujo que ningún medio puede garantizar. Nos tiene que bastar con que ponga todos sus medios –y los sentidos de sus profesionales– para evitarlo. Hay una razón suprema para defender esta opción: si los medios de comunicación no organizan y someten a escrutinio la realidad informativa (con todas las versiones interesadas que tantos ponen en circulación con el propósito de colocarlas en el mercado mediático), ¿quién podría hacerlo con mayores garantías? Nadie, señor Bothorel. Los informadores son insustituibles incluso cuando, a su pesar, desinforman. No son más grandes ni más pequeños cuando esto ocurre (como no es más grande ni más pequeño *The New York Times* hoy). Simplemente viven en una realidad contaminada de intereses, y no pueden acertar siempre. Los que informan para desinformar tienen a veces éxito y logran convertir un diario o una radio en un medio de comunicación que, como ellos, desinforma. Pero también ellos saben que, a la postre, nadie puede engañar a todos todo el tiempo. Al final, el periodismo se revuelve y gana. Es su grandeza. Y es la esperanza social que representa. ❖

Cambiar para sobrevivir

El periodismo está obligado a encontrar su lugar si quiere sobrevivir. Es necesario reinventar la información para dar más participación al público; recuperar la generación de información propia de valor, alejada de la orientada y dirigida por los poderes y sus gabinetes de prensa; aportar inteligencia y elementos de reflexión a los ciudadanos, recuperar una independencia que sólo puede estar del lado del público y luchar por afianzar sus valores.

JUAN VARELA

José Luis Rodríguez Zapatero y Mariano Rajoy arrancaron la campaña electoral de las elecciones generales del 14-M sin admitir preguntas. Candidatos lanzados a conquistar el voto que no contestaban a los periodistas. La señal de televisión de los mítines, ofrecida y controlada por los partidos. Ahorro en unidades móviles.

El entonces ministro de Defensa, Federico Trillo, lanzó un euro a una periodista por hacerle una pregunta incómoda sobre las inexistentes armas de destrucción masiva.

Llueve. El día de la Boda Real amanece deslucido. Las fotos no serán

tan brillantes y las calles de Madrid no rebotarán fervor popular.

“Habrá que reajustar la tirada. Mañana venderemos menos de lo previsto”, dice un responsable de circulación a un director de diario.

En el diario del día siguiente las calles de Madrid desbordan entusiasmo principesco y hay más gente en las crónicas de papel que en la calle.

La Generalitat del Gobierno tripartito catalán se estremece con un informe sobre los medios que en columnas de balance muestra las subvenciones y prebendas otorgadas en los últimos años sin los debidos controles democráticos.

Juan Varela es periodista, consultor de medios y editor de *Periodistas 21* (periodistas21.blogspot.com)

Las televisiones presentan como un triunfo dos debates electorales tasados ante notario, pactados hasta el detalle. Democracia televisiva.

Un diario gratuito es el segundo del país en audiencia y el que más lectores crea.

Baja la difusión de los diarios pero aparecen más cabeceras. Detrás de cada lanzamiento hay un político, una subvención, un motivo ajeno al impulso editorial.

La prensa avanza a ritmo de promoción: especias, collares, platos, amuletos... y (imenes mal!) libros.

La Red se llena de lectores furibundos que envían correos electrónicos a los medios denunciando sus sesgos y errores.

Los foros de Internet denuncian continuamente a los periodistas. Muchos retiran sus correos electrónicos del dominio público. Los editores no se atreven a abrir más vías de participación para no regalar instrumentos de crítica a los ciudadanos.

¿Es este el nuevo periodismo?

Los periodistas están descontentos y tienen razones para preocuparse. La desilusión y el miedo acechan una profesión donde la ilusión y la entrega son imprescindibles. El periodismo se siente amenazado.

No es nuevo, el periodismo siempre ha estado amenazado porque cuenta –o contaba– las cosas que a algunos no le interesaban que se supieran.

Se dice que cada generación tiene

su revolución mediática. Hoy coinciden varias. La más visible es internet, pero antes están el desplazamiento del control de la información de las fuentes a los profesionales de la comunicación y la conversión del espacio público en un espacio mediático muy condicionado por las fuentes, la tecnología y otros factores no controlables por los medios.

El periodismo se siente acechado. Los periodistas se quejan en todas las encuestas realizadas últimamente,

El periodismo se siente amenazado

Los periodistas están descontentos y tienen razones para preocuparse. La desilusión y el miedo acechan una profesión donde la ilusión y la entrega son imprescindibles.

te, aquí y fuera. Muchos de los problemas son comunes.

Los dolores son internos y externos. Duelen y mucho. Y lo peor es que no se adivina cura.

Algunas verdades tradicionales caen hechas pedazos. Desciende la audiencia de la información. Las noticias se convierten en materia prima sin elaborar, utilizadas para promocionar otros productos.

Triunfan los gratuitos, la información instantánea, “en tiempo real”, se impone a la elaborada.

Cambiar para sobrevivir

Algunos creen que está desapareciendo la inteligencia de la información cuando hay más mercado para el conocimiento que para los datos.

La barrera entre información y publicidad está llena de agujeros. El poder –político, económico, social– toma los medios por la fuerza o la persuasión y sin que a veces los propios medios se enteren.

¿Qué le pasa al periodismo? ¿La amenaza es real? Sí. Y el propio periodismo se lo ha buscado. Incluso reconocidos defensores de posiciones tradicionales como Juan Luis Cebrián aludía recientemente a la imperiosa necesidad de cambiar que tienen los diarios si quieren sobrevivir.

El periodismo muere de éxito. La influencia de los medios es omnipotente: maneja la política, la economía, la cultura... pero son incapaces de manejarse a sí mismos y de escudriñar el futuro.

Todo hoy es comunicación. Poco conocimiento y mucho dato crudo, mucho interés interesado.

Los periodistas se sienten acechados por:

1. El público, que ya no se contenta con ser espectador de las noticias e interviene como nunca en el proceso informativo.

2. Las fuentes, cada vez más poderosas, con gabinetes de prensa por todas partes y eso que se llama la “comunicación” tiñendo de publicidad y propaganda el periodismo.

3. Los editores. Insatisfechos con

tener uno de los negocios más rentables y poderosos, quieren más y exprimen sin piedad la información y a los periodistas.

4. La propia información, devaluada, asediada por todos. Cercada por un ritmo continuo de 24 horas que no deja espacio para pensar y respirar. Absorta muchas veces sobre sí misma y sin criterios fuertes.

5. La profesión: con redacciones burocratizadas y pegadas a las pantallas, tan precarias en calidad y cantidad de recursos que se ven dominadas desde fuera. 40.000 alumnos, más de 5.000 licenciados al año.

6. La opinión, extendida en la información, omnipresente en las ondas, en las televisiones, en internet.

7. La tecnología: instrumento útil pero insondable para muchos y un instrumento que hace más exigente la información.

8. La saturación. Las noticias eran valiosas porque pocos las conocían. Ahora vivimos en la era de la abundancia, rodeados de información por todos lados, a todas horas, con infinidad de medios transmitiendo bits y noticias, muchas veces en confusión unos con otros.

1. El público

La revolución digital ha inundado de participación el ciberespacio. El debate público ya no está sólo en las páginas de los diarios o en los ateneos y las conversaciones de café. Muchos pien-

san ya que no se puede hacer periodismo si no es con la participación de los lectores. Es el periodismo participativo o Periodismo 3.0.

Uno de sus pioneros, el columnista del *San Jose Mercury News* Dan Gillmor, lo explica así: “Los medios han operado como si las noticias fueren una conferencia: ‘nosotros decimos lo que son las noticias y el público las compra’. El futuro de la información es más una conversación entre los periodistas y su público”.

Para él y para muchos otros el periodismo debe ser una conversación con el público, ya nunca más un envío unidireccional de mensajes de unos a otros. De poder a intercambio, un cambio cultural enorme.

Es el paso del *broadcasting* (la emisión unidireccional masiva de información) al *narrocasting* (emisión segmentada) hasta llegar al *my news*, las noticias totalmente personalizadas por cada individuo en función de sus intereses, gustos, hábitos, etc.

Pero la revolución digital ha ido más allá y ha creado *we media*. Este concepto parte de la aparición de las comunidades virtuales. Gente de intereses y gustos afines se unen en la Red para compartir información a través de referencias mutuas.

Una persona integrada en una comunidad virtual puede estar informada acerca de sus intereses a través de las sugerencias de otros miembros con sus mismas preocupaciones y apetencias informativas.

Herramientas electrónicas como los foros, las listas de correo, las bitácoras o *weblogs*, los *wikis* y los *trackbacks* facilitan el intercambio.

We media es una de las mayores amenazas para los medios tradicionales. No es un individuo en su púlpito, virtual o físico, ni una opinión individual. *We media* crea organizaciones autogestionadas y espontáneas que se alimentan de la credibilidad de sus miembros.

La autoridad tradicionalmente

Periodismo 3.0

Muchos piensan ya que no se puede hacer periodismo si no es con la participación de los lectores.
Es el Periodismo 3.0

reconocida a los medios vuelve al público. Los que más saben informan a otros que van aprendiendo.

En su sustrato están los movimientos de código abierto (en el ámbito de la informática), contenido abierto, *copyleft*, etc.

La Red se llena de comentarios e informaciones sobre lo que pasa. Los lectores han dejado de ser pasivos y cada vez más gente interactúa con la información.

Los *bloggers*, los autores de bitácoras, viven de los medios. Comentan, critican y siguen la información.

Cambiar para sobrevivir

Alimentan la *blogosfera* con ideas, comentarios, críticas, pistas...

En Estados Unidos se ha desarrollado un nuevo género: los críticos de medios. Expertos (profesionales o no) que ocupan gran parte de su tiempo en seguir el comportamiento y contenidos de los medios, desentrañar sus intereses, revelar errores, indagar en las fuentes... Son vigilantes del periodismo. *Watchdogs* de quienes tradicionalmente desempeñaban esta función sobre lo público.

Internet, los buscadores y la gran cantidad de información disponible facilitan que cualquiera pueda comprobar rápida y fácilmente hechos, datos y fuentes. El escrutinio de la labor informativa nunca ha sido tan fuerte.

Si usted no contrasta sus datos, alguien lo hará por usted. Encontrará las lagunas, se lo enviará por correo electrónico y lo colgará en la Red para que todo el mundo se entere.

La vieja labor de vigilante del periodismo vuelta contra el propio periodismo.

Pero la rebelión del público está también en el mundo real. Ponga una cámara en la calle y al momento tendrá otras cuatro detrás. ¿Se puede cubrir una noticia cuando hay más periodistas que protagonistas de la información? El público y los grupos de presión han aprendido a manejar la saturación informativa.

Determinados colectivos protagonistas muy habituales de las noti-

cias han desarrollado conductas y discursos adaptados al interés de los medios. Están preparados para su asalto y reaccionan como se espera que lo hagan.

Todos saben que una buena escena será bien aprovechada por los telediarios y las fotos de portada de los diarios. Se derriban estatuas, se queman banderas o se fuerzan desmayos para lograr la imagen. Una protesta de bomberos es menos espectacular tras una pancarta que subidos a sus grandes escaleras móviles y haciendo *rappel* por las paredes.

Detrás de cada noticia surge la sospecha de un montaje.

2. Las fuentes

Vivimos la rebelión de las fuentes. La era de la comunicación (relaciones públicas, comunicación corporativa, etc.) amenaza el periodismo.

Hace poco la Financial Services Authority (la CNMV británica) preguntaba a los periodistas de Reuters cómo habían publicado los datos de ventas al por menor cuando no habían sido difundidos oficialmente. Lo que siempre ha sido el periodismo acallado por la comunicación. Los informadores obligados a respetar el ritmo trimestral de los resultados empresariales si no quieren ser perseguidos por vulnerar las leyes financieras.

Toda fuente tiene un gabinete de prensa. A veces parece que hasta los asesinos tienen asesores de comuni-

cación. Algunos abogados parecen hacer más ese papel que el de defensores legales.

Los gabinetes de comunicación de las grandes empresas están llenos de periodistas que fabrican la información y están especializados en colocarla en los medios.

El 80% de los trabajadores de las agencias de comunicación son licenciados y facturan casi 200 millones de euros anuales en España.

En muchos ámbitos, los gabinetes y empresas de relaciones públicas tienen muchos más profesionales que los periodistas que cubren esas áreas. Hay algunos casos en los que la relación es prácticamente personalizada.

Las noticias buscan a los periodistas, al revés de lo ocurrido siempre. Si quiere mantener en secreto la información, inunde de datos menores a los medios, convoque desayunos, comidas y ruedas de prensa.

Hace casi dos años, Marjorie Scardino, presidenta de Pearson (editora de *Financial Times*), fustigaba a sus periodistas por no haberse enterado de los grandes escándalos económicos. Les reprochaba la excesiva proximidad a sus fuentes, las comidas, los viajes y la poca información.

El mandamiento de la comunicación, repetido hasta la saciedad por los *dircom*, es informar, no mentir. Otra cosa es la selección, qué es lo importante y lo que no. Cómo inundar de datos insustanciales a los periodistas

para que pierdan de vista el bosque.

Las fuentes informales también están organizadas. Hay una asociación, un colectivo, un grupo organizado para casi todo. Incluso la contrainformación utiliza métodos de propaganda, comunicación y relaciones públicas. ONG y grupos antisistema son expertos.

Internet y el marketing directo ha facilitado el contacto de las empresas e instituciones con el público y los consumidores. La comunicación

La rebelión de las fuentes

Las fuentes han roto el papel de mediación de los periodistas, que permanecen aplastados contra su pantalla inundados de comunicados, dossiers e informes.

salta por encima del periodismo y llega a los ciudadanos sin filtros. Muchos prefieren las revistas, boletines, webs y *newsletters* de las propias fuentes que el trabajo de los medios.

Las fuentes han roto el papel de mediación de los periodistas, que permanecen aplastados contra su pantalla inundados de comunicados, dossiers, informes. Y luego a las ruedas de prensa y actos organizados.

Así se llenan noticieros y diarios. No hace falta la incómoda y cara tarea de investigar en busca de noti-

Cambiar para sobrevivir

cias. Muchos editores y gestores están encantados: lo más caro del periodismo, la búsqueda de información, a bajo precio y con retorno publicitario. El círculo virtuoso de las relaciones públicas.

Pocos periodistas, mucha comunicación barata, poco interés del público. El círculo vicioso de la comunicación.

3. Los editores

La media de rentabilidad de los diarios en España está cerca del 10%. Todos los grandes diarios superan esa cifra. En televisión la rentabilidad es todavía mayor y los accionistas se lanzan ávidos a por los títulos en cuanto salen al mercado.

En Estados Unidos, la media de rentabilidad de los medios está entre el 20 y el 35%.

También es cierto que hay muchos medios deficitarios y que el periodismo tiene la tendencia a gastar mucho dinero. A veces sin control.

La reducción de gastos, la eficiencia económica y productiva y el aumento de la rentabilidad han sido los objetivos de los últimos años. El resultado para la mayor parte son empresas rentables y ajustadas, con capacidad de inversión y buena posición en sus mercados.

Pero el periodismo ha perdido capacidad.

La presión de los beneficios ha exprimido a las redacciones hasta el

punto de no contar con los recursos necesarios para producir información propia, para trabajar con calidad las noticias, para dedicar el tiempo y los profesionales necesarios a la información.

El resultado son medios iguales, clónicos. Se repiten las fórmulas, los productos y la propia información, dominada por los despachos de agencias y gabinetes de comunicación.

Todos están de acuerdo en defender la calidad, pero ¿qué es calidad? ¿cómo se mide? Las empresas periodísticas españolas han avanzado poco en este camino por desconocimiento y recelos. Es un fenómeno mundial. En el último año el debate sobre la calidad ha vuelto a aflorar entre académicos y profesionales.

El viejo adagio de

Más inversión redaccional = mayor calidad = aumenta la difusión = más beneficios

ya no se acepta. Algunas nuevas teorías intentan demostrar que la calidad crece cuando aumentan las redacciones hasta que se llega a un punto de incompetencia. Otros dejan de hablar de beneficios y se conforman con la influencia social, asediada por el propio público, como se explicó antes.

Pero no es lo sustancial del debate. Lo fundamental es la apuesta por la información, no por el papel o los minutos de emisión. La apuesta por noticias propias, profundas, rigurosas, bien argumentadas, contrastadas

y que ayuden al público en su vida cotidiana. Y eso no está en las notas de prensa.

En el principio está la desconfianza en el valor y el atractivo de la información. ¿Creen los editores en su producto? ¿Creen en el valor de la información? ¿Creen que para producir información de calidad son necesarios periodistas de calidad?

El periodismo siempre ha necesitado de muchos recursos. Es un oficio que demanda tiempo, inteligencia, curiosidad y mucha paciencia. Valores que no están en la cuenta de resultados.

Muchos periodistas se quejan de que las empresas informativas se han pasado 20 años eliminando puestos no informativos. En España ya el 40% de los empleos de prensa son periodistas. Han crecido los periodistas y han bajado los puestos de producción.

Desde hace unos años lo que aumentan son los gerentes, los expertos en marketing, los contables. Parece que la gestión se impone a la creación de valor, a la inversión en producto.

Sólo Internet ha supuesto una inversión en producto (aunque muy limitada) en los últimos años. Lo demás es marketing. En 2000 los diarios españoles llevaron promociones 253 días del año. Desde entonces ha aumentado la frecuencia y muchos diarios llevan varias promociones cada día: el diario supermercado.

Ya nadie confía en la difusión por

el producto. La información se ha vuelto materia prima y crecen los ciudadanos desinteresados en ella. El cerco a la información se estrecha.

4. La información

“Aquí está la despiadada tendencia: El precio del contenido sigue cayendo... La información es en todas sus formas cada vez más barata y más barata... Esta es la razón principal: cuanto más accesible es el contenido,

Objetivo: reducir gastos

La presión de los beneficios ha exprimido a las redacciones hasta el punto de no contar con los recursos necesarios para producir información propia.

menos valor tiene”. La cita es de Michael Wolff, columnista y uno de los gurús de los medios más famoso de Estados Unidos.

La información (y los contenidos en general) se ha convertido en un *commodity*, una mercancía de bajo valor utilizada como material para otros productos o como elemento de marketing.

La era de la saturación informativa ha rebajado el valor de la información, como no podía ser menos. Las palabras de Wolff no son sino la tau-

Cambiar para sobrevivir

tología del más básico de los principios económicos: cuanto más disponible es un bien, menos valor tiene.

La era de la saturación ha sustituido a la escasez. La información está por todas partes: accesible, barata o gratis, instantánea.

El público pierde interés por la información general de pago y se conforma con la gratuidad: televisión, radio, diarios gratuitos, internet. La vieja idea de que el valor va asociado al precio se ha demostrado errónea. El público se conforma con la información gratuita y sólo paga por intereses concretos y de alta calidad.

Las últimas oleadas de EGM reflejan un aumento de la audiencia de los medios en consonancia con el interés informativo de los últimos meses: el hundimiento del *Prestige*, la guerra de Iraq, la campaña electoral de las generales, los atentados del 11-M, la caída del PP y el ascenso del PSOE al poder. Y sin embargo, la difusión de los diarios desciende y sólo los atentados del 11-M y las elecciones de marzo salvarán el primer semestre.

A cierre de 2003, los diarios de información general perdieron difusión. Subieron los deportivos y económicos. Pero sobre todo los gratuitos: más de tres millones de españoles leen ya diarios gratuitos. Los diarios de pago tienen 11,6 millones de lectores, los mismos que 10 años antes.

Internet es el medio que más crece (11,4 millones de navegantes en

marzo de 2004) y más de tres millones de internautas leen diarios digitales: un tercio de la audiencia. El 51% de los españoles lee diarios en la Red, según el barómetro de enero del CIS. Es la segunda actividad sólo por debajo de las búsquedas generales. Más del 67% siguen prefiriendo la prensa en papel, pero la cifra baja.

Algunos factores internos han depauperado también el valor de la información:

a. Debilidad de criterios: la exigencia sobre la información se ha rebajado. Vale casi todo: notas de agencia, comunicados, ruedas de prensa y montajes de marketing, etc. La información es superficial y reiterativa.

b. El famoseo: el sensacionalismo toma la forma del *reality show*, que ha contaminado a toda la información. Del espacio acotado de las revistas del corazón se ha pasado a la extensión a todos los medios.

c. Periodismo de celebridades. El famoseo no sólo ha contaminado los contenidos sino a los propios periodistas. Se lee, se escucha, se ve a los populares. Esos personajes populares se arrojan la función periodística y sepultan la información bajo el chisme y el rumor. Basta con ver el ranking de credibilidad de los periodistas, elaborado por Gallup para ver cómo se confunde la credibilidad con la exposición y la popularidad.

d. Alejamiento de los intereses y preocupaciones del público. "El buen periodismo a menudo no hace tam-

balea a un presidente, pero frecuentemente cambia la vida de los ciudadanos, de los grandes y de los ordinarios”. Lo dicen el director y el director adjunto del *Washington Post* en un reciente libro. ¿Cuántas veces cumplen los medios ese axioma?

e. Periodismo aburrido y monótono. Las noticias y su presentación se estandarizan, se normalizan en fórmulas repetidas hasta la saciedad. Los diarios se parecen en exceso, los telediarios son iguales, la rejilla de la radio es un clon eternamente repetido. La información aburre por repetitiva y monótona. Faltan noticias diferentes y voces originales.

f. Poca ética. En España no se ha logrado nunca un código deontológico consensuado por los profesionales. La Federación de Asociaciones de la Prensa (FAPE) aprobó un documento en su reunión de 1993 en Sevilla, pero nunca ha sido aplicado ni aceptado por la mayoría de los periodistas. En mayo pasado, la FAPE creó un Consejo Deontológico para aplicar el código. La respuesta en contra no se hizo esperar. Los aplausos fueron escasos.

En Cataluña existe un Consell de la Informació que funciona en aquella comunidad desde 1996.

5. La profesión

Tres de cada cuatro periodistas en ejercicio son universitarios. Uno de cada tres son mujeres. Los periodistas espa-

ñoles son jóvenes: su edad media está en la treintena.

Diferentes estudios afirman que el 40% de los periodistas españoles trabaja en condiciones precarias: muchas horas, bajos salarios, inestabilidad laboral.

La profesión se ha ido degradando con la abundancia de nuevos profesionales. Durante los años 90 la explosión de los medios fue impresionante. Hoy el aumento del trabajo para los periodistas no es capaz de

Aburrimiento y monotonía

Los diarios se parecen en exceso, los telediarios son iguales, la rejilla de la radio es un clon eternamente repetido. Faltan noticias diferentes y voces originales.

satisfacer la demanda de 5.000 licenciados anuales, la mayoría mujeres.

La carne de periodista está barata y en el libre mercado la profesión vale lo que vale.

El presidente del Gobierno, José Luis Rodríguez Zapatero, se comprometió en octubre de 2003 a apoyar la mejora de la profesión periodística con la tramitación como ley (entonces desestimada) del Estatuto del Periodista Profesional acordado en mayo del año 2000 por el Foro de Organizaciones de Periodistas.

Cambiar para sobrevivir

La iniciativa legislativa no se ha vuelto a retomar, de momento.

El proyecto de estatuto pretende acabar con la precariedad laboral y promover fórmulas de cogestión en las redacciones como los temidos (por casi todos los editores y muchos directores) comités de redacción.

Introduce también garantías frente a la empresa, los poderes públicos y pretende regular la cláusula de conciencia y el secreto profesional. La propuesta está llena de buenas intenciones para la protección ética y laboral de la profesión, pero tiene puntos polémicos como la propia necesidad de una regulación semejante, la definición de quién es periodista, la “preferencia” de los periodistas sobre los ciudadanos en el ejercicio de ciertos derechos y el modo en el que entiende la relación de los periodistas con sus mandos profesionales y empresariales.

Para justificar la necesidad de un estatuto se citan regulaciones como la francesa de 1935, la italiana de 1963 o la portuguesa de 1999, la última y más parecida al proyecto del Foro de Organizaciones de Periodistas. En todas pervive la tradición reglamentista. El proyecto no alude a otras fórmulas menos legalistas y rígidas como la provenientes del ámbito anglosajón, centradas en proteger el acceso a la información de los periodistas y la obligación de publicidad de los agentes públicos pero más laxas respecto al funcionamiento

interno de los medios y a la consideración de quién es periodista.

El Estatuto puede servir para solucionar las lastimeras condiciones del oficio, pero no resolverá el asalto al periodismo por los no profesionales.

Este asedio ha levantado todas las barreras corporativistas en una ocupación que en muy poco tiempo ha pasado de no existir profesionalmente a estar integrada y dominada por licenciados y doctores universitarios.

¿Quién es periodista? “Periodista profesional. Se considera como tal a todo aquel que tiene por ocupación principal y remunerada la obtención, elaboración, tratamiento y difusión por cualquier medio de información de actualidad, en formato literario, gráfico, audiovisual o multimedia, con independencia del tipo de relación contractual que pueda mantener con una o varias empresas, instituciones o asociaciones.” (Estatuto del Periodista Profesional, 2000).

La definición de periodista profesional del Estatuto recoge gran parte de los rasgos definidos por otras asociaciones nacionales e internacionales.

La tecnología digital ha multiplicado el intrusismo. En algunos países los tribunales han convocado a periodistas, académicos y otros expertos para saber a quién debían aplicar las cláusulas y derechos reconocidos al ejercicio profesional del periodismo. Ya ha pasado la época de reconocer (formalmente) a los fotógrafos o

a los diseñadores como periodistas. El problema es si el público es también periodista. Los ciudadanos comienzan a ejercer directamente el derecho a la información y lo hacen sobre todo en la Red.

¿Son los *bloggers* periodistas?

¿Son periodistas los lectores que envían sus noticias al diario electrónico surcoreano OhMyNews.com?

¿Son periodistas los millones de internautas que intercambian información en foros, listas de correo, etc.?

Los defensores del periodismo participativo o Periodismo 3.0 defienden que los ciudadanos han roto las barreras y se lanzan directamente a la información, sin intermediarios. Los ciudadanos rompen el rol de intermediación de los periodistas. Este fenómeno, unido al asalto de la comunicación por las fuentes, aprieta a los periodistas contra su propio papel.

Bieito Rubido, director de *La Voz de Galicia*, señalaba hace poco en el Fórum de Barcelona algunos problemas de la profesión periodística:

- la débil autoexigencia de los periodistas;
- la necesidad de invertir en formación y especialización;
- la pérdida de valor de las redacciones que “se advierte en la cesión de autonomía en las áreas de selección de personal, de política de incentivos y de organización del trabajo”.

El periodismo ha bajado sus brazos. Falta de autoexigencia, de formación, poca atención por parte de los medios a las garantías y destrezas del oficio y el desembarco de profesionales de la gestión, el marketing y los recursos humanos han roto la vieja fisonomía de las redacciones.

El director sigue siendo el responsable legal de los contenidos, pero en casi todos los medios mandan los gestores. La leyenda de manirroto y las escasas cualidades administrati-

¿Quién es periodista?

Los ciudadanos comienzan a ejercer directamente el derecho a la información y lo hacen sobre todo en la Red. ¿Son los ‘bloggers’ periodistas?

vas de muchos responsables periodísticos han desplazado el poder de los periodistas a los contables.

El apretón de los accionistas por los beneficios y las cuentas trimestrales está detrás en lo que se ha llamado *corporate journalism*, el mal fundamental del periodismo de hoy.

Max Frankel, el director que modernizó *The New York Times*, cuenta en sus memorias la suerte que ha tenido por trabajar para los Sulzberger, una familia dueña del diario desde finales del siglo XIX. Frankel prefiere la “monarquía cons-

Cambiar para sobrevivir

titucional” de los editores de la Vieja Dama Gris a la “democracia de los accionistas”, regida por consejos de administración empeñados en mejorar los beneficios cada trimestre.

Muchos acusan a los periodistas de burocratizarse. El asalto de las fuentes y la escasez de periodistas en las redacciones ha llevado a muchos a burocratizarse.

Las herramientas tecnológicas, la profusión de agencias y gabinetes de prensa han pegado a la pantalla del ordenador a muchos profesionales. Falta de calle y sujeción a la información ya procesada, enfocada y filtrada por otros.

La autoedición sirvió en los años ochenta para mejorar la productividad, liberarse de la vieja tiranía del taller e incorporar el periodismo y la cultura visual en los diarios. Más tarde llegó a la televisión gracias a los sistemas digitales.

Hoy no hacen falta montadores ni editores mas que para trabajos muy concretos y de alta calidad. Pero la autoedición también introdujo la peligrosa cultura de la primacía de la productividad (redactores por página) frente a la eficiencia y la calidad informativas.

La autoedición debe ser una cultura visual y productiva, pero es peligrosa si se convierte en el eje del trabajo periodístico.

Entre la autoedición, el empuje de las fuentes y las pocas defensas de las redacciones, la burocratización se

ha convertido en uno de los grandes males del periodismo actual.

6. La opinión

“Las opiniones son libres, los hechos son sagrados”. Las palabras de C. P. Scott, legendario editor del británico *The Guardian*, resuenan en el tiempo como aquellas otras que, parafraseándolo, afirman que las opiniones son baratas y la información, cara.

La división de información y opinión nunca ha estado tan clara en la tradición latina como en la anglosajona, aunque unos y otros saben bien cómo transgredirla.

Frente al mito de la objetividad, el periodismo moderno admite sólo la verdad práctica, la que puede ser cabalmente alcanzable por un reportero, según la pragmática definición de Jack Fuller, ex director del *Chicago Tribune* y presidente de Times Mirror, uno de los gigantes periodísticos norteamericanos.

La confusión entre información y opinión es un problema clásico del periodismo. Se acentúa cuando la política pretende convertirse en moral y eso es lo que ha pasado con las doctrinas neoconservadoras o el mesianismo de la tercera vía.

En España, la ideología de la Transición y la misión sacrosanta de asentar la democracia tienen mucho que ver. Son más de 25 años de matrimonio política/periodismo y de roce estrecho entre informadores y polí-

ticos que ha equivocado de papeles a más de uno.

“Si la separación del periodismo y la política no implica que los periodistas desafíen constantemente la extensión del poder arbitrario, entonces ¿cuál es la razón para no ser un político?”. Lo dice Hugo Young, uno de los mejores columnistas británicos de los últimos años, y sus palabras resumen bien la confusión.

El aumento de la capacidad legal y económica de políticos e instituciones para intervenir en el mercado de los medios ha sido la eclosión de la confusión. La unión de intereses de unos y otros, la necesidad de llenar horas y horas de programación, el ajuste de costes, y la rebaja de exigencias y criterios han llevado a una inflación de opinión durante los últimos años bien ejemplificada en el universo tertuliano. Ese escenario repleto a todas horas de opinantes del metomentodo.

La penúltima perversión ha sido la convergencia del *reality show* con la tertulia. El resultado: éxitos de audiencia bajo formato *talk show*.

Hablar por hablar. El problema es universal no sólo español. La gran trampa es que, puestos a opinar, opinantes, conductores de programas, productores y público necesitan cada vez más opiniones más radicales y sorpresivas para mantener la audiencia y el tono.

En esa carrera importa más el personaje, el carácter, que sus dichos y

el pensamiento claudica ante el gesto y el histrión. La opinión y las sentencias suplantán a los argumentos, fundamento del análisis periodístico. En el universo hablar por hablar lo de menos es la razón y lo importante es la persuasión.

7. La tecnología

El periodismo siempre se ha desarrollado al compás de la tecnología. Desde la invención de la imprenta hasta

Hablar por hablar

La penúltima perversión ha sido la convergencia del 'reality show' con la tertulia.

el hallazgo de la pirámide invertida y desembocando en el periodismo visual. Esos cambios están indisolublemente unidos (y en algunos casos forzados) por las herramientas y la tecnología.

La revolución digital es una oportunidad que desborda a las redacciones y permite el asalto de las fuentes y el público.

El universo digital es una oportunidad para los medios. Permite la convergencia, la multimedia, expansión de la capacidad de investigar, recolectar y editar información. Pero no es exclusiva de los medios y los perio-

Cambiar para sobrevivir

distas. Alcanza a cuantos tengan un ordenador y una conexión a internet.

El desafío de la brecha digital se siente en el periodismo y las redacciones con igual virulencia que entre el mundo desarrollado y los otros.

8. La saturación

Lo difícil ahora es estar alejado de las noticias. Antes lo costoso era enterarse de ellas.

La información es tan abundante que se ha convertido en un *commodity*: materia prima para otras funciones y productos. En el universo digital lo difícil y caro es, como siempre, producir información novedosa y de calidad. Lo barato y sencillo es difundirla.

Los medios han gastado más recursos en publicar información que en producirla. El resultado: una masa de información repetitiva de baja calidad y muy poca información propia con inteligencia.

La dificultad de manejar el universo de la saturación y su adecuación al interés de los ciudadanos ha hecho aparecer nuevos usuarios de la información:

- **Superusuarios:** consumidores compulsivos de información que utilizan varios medios al mismo tiempo. Usuarios multimedia del universo digital. Son además los ciudadanos más activos política y socialmente. Aprovechan el desplazamiento del espacio público a la

Red e influyen sobre otros, en sus gustos y en su atención. En la medida que son más diestros en el uso de los medios crece su interés por la comunicación interpersonal (móviles, SMS) y por las comunidades virtuales (foros, *chats*, *weblogs*).

- **Tradicionales:** mantienen un consumo de información y entretenimiento poco simultáneo aunque crece su exposición a los medios. Más pasivos que los anteriores.
- **Expulsados:** incapaces o aburridos del exceso informativo. Pierden interés y exigencia por la información y responden más a impulsos del entretenimiento.

Los periodistas están obligados a ser superusuarios del sistema, pero no todos lo logran.

El periodismo está obligado a encontrar su lugar si quiere sobrevivir. Es necesario reinventar la información para dar más participación al público; recuperar la generación de información propia de valor, alejada de la orientada y dirigida por los poderes y sus gabinetes de prensa; aportar inteligencia y elementos de reflexión a los ciudadanos, recuperar una independencia que sólo puede estar del lado del público y luchar por afianzar sus valores.

Pero también deben reinventarse los productos y trabajar la información en distintos formatos y medios para llegar a los ciudadanos.

Es hora de trabajar. 

Corresponsales de guerra: de la paloma a internet

La invasión de Iraq quizá no haya sido “la guerra mejor contada de la historia”. Caben serias dudas sobre ello. Pero desde luego ha sido la mejor cubierta por los medios españoles. Tal vez porque en España se vivió como un asunto interno.

FELIPE SAHAGÚN

El 27 de agosto de 1792 el *Times* de Londres publicaba el siguiente anuncio: “Se busca urgentemente caballero capaz de traducir el idioma francés. Para evitar problemas, debe dominar a la perfección el idioma inglés, tener algún conocimiento del estado político de Europa y ser muy eficaz en el desempeño de su labor. Su trabajo será permanente y le ocupará buena parte de su atención. Por él recibirá un buen salario. Las solicitudes pueden hacerse llegar a la oficina de este periódico entre las cinco y las seis horas de esta tarde o entre las once y las doce de la mañana de mañana”.

Así comenzaba el *Times* a reclutar redactores para su sección de extran-

jero cuando la Revolución Francesa empezaba a sangrar los recursos de todos los periódicos londinenses. Hacía sólo siete años que John Walter I, un emprendedor comerciante de carbón, había fundado el periódico de más solera del Reino Unido y ya empezaba a quejarse del elevado costo de los corresponsales extranjeros. Para el *Times* de finales del siglo XVIII los corresponsales eran, principalmente, agentes en los puertos a ambos lados del canal de la Mancha y colaboradores que, por medio de ellos, hacían llegar varias veces al mes a Londres sus textos desde París y Bruselas.

En el anuncio encontramos ya los requisitos imprescindibles para ejer-

Felipe Sahagún es periodista y profesor titular de Relaciones Internacionales en la Universidad Complutense.

Corresponsales de guerra

cer bien el trabajo de corresponsal o enviado especial en el extranjero de un medio informativo. En las quejas de su propietario por las tarifas de los envíos y por las continuas interrupciones de las transmisiones en las oficinas de correos extranjeras vemos también otros dos obstáculos graves que han entorpecido históricamente la tarea del corresponsal: el precio y las dificultades técnicas.

Más de dos siglos después, ambos obstáculos se han multiplicado con el desarrollo del transporte y las comunicaciones, y con el aumento exponencial del número de corresponsales y de la competencia entre ellos, pero los obstáculos económicos y técnicos palidecen en comparación con un tercer problema, presente desde los orígenes de la información internacional, especialmente en situaciones de crisis grave o de guerra. Me refiero a la censura, a la desinformación y a la propaganda.

No conozco a ningún corresponsal o enviado especial que no haya sufrido en sus propias carnes los efectos de la censura y de la propaganda. En los regímenes autoritarios, la mayor parte de los periodistas trabajan directamente para sus gobiernos o están controlados indirectamente

por ellos. Los que intentar escapar de ese control se juegan el puesto y, con frecuencia, la vida. Ellos, no los enviados especiales y corresponsales de los medios principales de los países ricos, suelen ser los primeros en caer, víctimas de las balas, de la represión o de los secuestros.

Los que, independientemente del medio y del país para el que informan, se han esforzado en el pasado y se esfuerzan en el presente por superar estos obstáculos poniendo en peligro sus vidas, son abandonados en la lucha por la libertad y la democracia.

Jared Ingersoll fue uno de los periodistas que mejor cubrieron la guerra de la independencia estadounidense en la segunda mitad del siglo XVIII. Los llamados Hijos de la Libertad, organización radical estadounidense pionera en aquella guerra que hasta su propio nombre debía a Ingersoll, llegaron a amenazarle de muerte y a prohibirle enviar una sola carta a Inglaterra sin pasar por la censura. La historia se ha repetido en todas las guerras y la censura se ha ido perfeccionando con el tiempo. De hecho, cada guerra se ha ido convirtiendo en banco de pruebas y aprendizaje de los censores para la guerra siguiente.

Cuando William Howard Russell,

Cada guerra se ha ido convirtiendo en banco de pruebas y de aprendizaje de los censores para la guerra siguiente.

casi un siglo más tarde, publicó en el *Times* que el Ejército británico en Crimea estaba muriéndose de abandono, enfermedades y hambre, se desató una campaña similar de revanchismo contra él y contra su diario.

Afortunadamente para Inglaterra y para la verdad, el Ejército de Su Majestad desconocía entonces la figura, no digamos ya el aparato, del censor actual y la información de Russell, vía palomas mensajeras o correo militar –ocasionalmente, algún diplomático u oficial de Estado Mayor–, llegaba sin censura alguna a la redacción de Londres. Cuando se agotaban las palomas o dejaron de ser útiles por las enormes distancias, en 1854, se recurrió al barco, al tren y al carruaje de caballos. Al poco tiempo, hizo su aparición el telégrafo y, vía Constantinopla o Viena, se podía, con suerte, transmitir la crónica.

De Russell al Golfo II

El apasionante relato de las peripecias de Alfonso Rojo para lograr quedarse en Iraq y transmitir desde Bagdad en los primeros días de la Segunda Guerra del Golfo (1991), casi siglo y medio después, es como una repetición de las penurias por las que pasó el primer gran corresponsal de guerra, Russell, en Crimea. Su gran tacto y sentido del humor le permitió quedarse con las unidades británicas cuando descubrieron que no era militar.

Quienes, en las últimas guerras –del Golfo 91 a Iraq 2003, pasando por Kosovo y Afganistán–, ponen el grito en el cielo por la falta de datos sobre lo que sucede realmente en el campo de batalla, deberían leer la crónica de Russell sobre la batalla de los británicos con los rusos en el río Alma el 20 de septiembre de 1854: ni una noticia sobre víctimas, ni un dato sobre el movimiento de fuerzas, tan sólo, ¡ahí es nada!, lo que el corresponsal ve y oye.

El teléfono, el satélite, el ordenador e internet, primero por separado y hoy integrados para poder informar en directo desde cualquier punto, haya o no conexión eléctrica, explican que las crónicas de Russell tardaran 10 días en llegar a sus lectores, mientras las crónicas de los, aproximadamente, 50 españoles que cubrieron la invasión de Iraq en 2003, lo hicieron en directo, en segundos, en minutos o, en las circunstancias más difíciles, en horas.

Esa es la gran diferencia entre la información de guerra del siglo XIX y a comienzos del siglo XXI. La forma de trabajar y de buscarse la vida han variado muy poco. El cambio radical comienza en el momento de transmitir. La tecnología ha puesto en nuestras manos un arma para informar más rápido y mejor, pero el uso que se está haciendo de ella empobrece muchas veces, en vez de enriquecer, la información y las murallas que levantan los gobiernos y los ejércitos

Corresponsales de guerra

no sólo no se han reducido sino que se han multiplicado, pulido y reforzado.

“Hubo un tiempo en el que los corresponsales extranjeros hablaban el idioma y conocían la historia del país al que eran enviados”, escribe Marvin Kalb en *The Media and Foreign Policy*. “Eran verdaderos académicos en gabardina. Sus crónicas, elaboradas y documentadas cuidadosamente, se transmitían por cable o teléfono a través de líneas defectuosas y luego alguien en la redacción las repicaba. Había tiempo para revisar y cambiar frases o ideas. Todo eso se acabó. Las comunicaciones son instantáneas. Al corresponsal, como al diplomático, se le niega la labor de reflexionar. Ambos forman parte del nuevo circuito global de la información”.

En otra misión especial de Russell, su primera como corresponsal para cubrir el juicio del irlandés Daniel O’Connell, el liberador de Dublín, en 1843, encontramos otras dos lecciones fundamentales en el trabajo del corresponsal de guerra: para llegar antes a tus lectores, oyentes o espectadores, no basta con recibir la información primero, hay que correr y disponer de los medios para enviarla antes que la competencia; en

segundo lugar, en el mundo de la información, cuando está en juego una gran noticia, no te puedes fiar de nadie, y menos de los compañeros de la profesión.

Cuando Herbert Matthews, veterano del *New York Times* en la Guerra Civil española, penetró en Sierra Maestra en 1957 y llamó la atención

del mundo sobre la figura de un dirigente guerrillero llamado Fidel Castro, se convirtió, para muchos de sus exaltados y ciegos compatriotas, en uno de los principales culpables de la victoria de la revolución cubana. Si la guerra del Golfo II hubiera acabado de distinta manera, con millares de muertos estadounidenses, Peter Arnett, entonces con la CNN, difícilmente se habría librado de la quema. Si entre los muertos hubiera habido

muchos españoles, dudo que Alfonso Rojo hubiese corrido mejor suerte.

“Es como si el corresponsal, de forma deliberada y maliciosa, hubiera destapado un duende barbudo de una botella y de alguna manera fuera su responsabilidad atrapararlo y volverlo a meter dentro”, escribe John Hohenberg en *Foreign Correspondence: the great reporters and their times*, sobre la experiencia de Matthews en Cuba.

Si Russell, Matthews, Arnett y

“Algunos dicen que la prensa es el enemigo”, reconocía un oficial del Ejército estadounidense.

Rojo lograron resistir las críticas de sus enemigos se debió, sobre todo, a que contaron con el respaldo de sus medios.

“Acepto las críticas y las espero”, reconoce Arnett. “Lo que me cabrea es el insulto. Por cubrir la guerra de Vietnam como lo hicimos, a muchos de nosotros nos llamaron simpatizantes del enemigo cuando no comunistas. Por estar en Bagdad cuando estuve, me han vuelto a tildar de simpatizante, cuando no de fascista”.

No hay como dos ojos y dos oídos independientes para obtener una información mínimamente imparcial. La censura militar más estricta, perfeccionada en cada guerra, no ha logrado nunca impedir que acaben saliendo a la luz los detalles principales de una guerra cuando los corresponsales están presentes en el lugar del conflicto. Lester Ziffren, delegado en Madrid de la agencia UPI en los años treinta del pasado siglo, lo demostró el 17 de julio de 1936 con su mensaje cifrado a Londres sobre el alzamiento de Franco en Melilla.

Otro ejemplo histórico es la crónica de Keith Murdoch, padre del actual magnate australiano, sobre la expedición británica a Gallipoli en 1915. Según cuenta Phillip Knightley en *Corresponsales de guerra*, gracias a él, que logró burlar la censura, se logró evitar un desastre mucho más grave.

Afortunadamente para todos, la idea que tenía el doctor Paul Joseph Goebbels de la información en tiem-

po de guerra es muy difícil de convertir en realidad. “La política informativa es un arma de guerra”, decía. “Su objetivo es hacer la guerra y no dar información”.

En el Golfo II el Mando aliado intentó conseguirlo y en buena medida lo logró por tres vías: prohibiendo la transmisión de imágenes de víctimas; limitando el acceso de los corresponsales a las unidades militares organizando *pools* o grupos restringidos, vigilados y seleccionados; y magnificando la fuerza del enemigo para justificar el despliegue propio y reducir el efecto negativo de las bajas de resultar elevadas.

“Algunos dicen que la prensa es el enemigo”, reconocía un oficial del Ejército estadounidense. “En realidad es un campo de batalla y hay que ganarlo”.

En su rueda de prensa del 27 de febrero del 91, el general Norman Schwarzkopf, jefe de la operación Tormenta del Desierto, identificó dos casos en que los corresponsales habían ayudado, con su información, a sus planes militares: las crónicas sobre las maniobras para el desembarco anfibio que indujeron a los iraquíes a volcar su esfuerzo defensivo en el lugar equivocado y las noticias exageradas sobre la acumulación rápida de una enorme fuerza aliada en Arabia Saudí en agosto del 90, cuando en realidad eran tan pocas que habrían sido muy vulnerables a un ataque iraquí de haber decidido

Corresponsales de guerra

Sadam Huseín avanzar contra Riad.

La censura iraquí, en aquella guerra, pasó por cuatro fases. Empezó prohibiéndose toda referencia a objetivos militares, incluyendo en ese concepto prácticamente todo lo que se tenía en pie, animado o inanimado. A las tres semanas, cuando ya era imposible ocultar la ineficacia absoluta de la defensa antiaérea, se ordenó insistir en la destrucción sistemática del país, sobre todo los objetivos civiles, por los bombardeos enemigos. En vísperas de la ofensiva terrestre el Gobierno iraquí cuidó que no se deslizara la mínima referencia a la invasión de Kuwait o a los desastres militares. Finalmente, en los últimos días lo único prohibido eran, según recoge Alfonso Rojo en *Diario de la guerra*, tres cosas: la palabra derrota, el futuro de Sadam y las rebeliones internas en el sur y en el norte del país.

Kosovo 1999

La noche de marzo de 1999 en que comenzaron los bombardeos sobre Serbia y Kosovo los paramilitares de Arkan entraron, metralleta en mano, en el hotel Hyatt, donde se alojaba la mayor parte de los corresponsales, y expulsó a unos 30 en pocas horas. La

policía retiró todos los teléfonos celulares que pudo. Los equipos de la CBS y de la NBC fueron obligados a salir del país, aunque más adelante pudieron regresar. El de la BBC logró quedarse. También el de la CNN, pero la propaganda serbia arremetió contra esta emisora como “una fábrica de mentiras” y comandos serbios

hostigaron a sus profesionales durante todo el conflicto. Más de medio millón de dólares en equipos robados o destruidos sufrió la emisora de Atlanta. Un equipo de televisión de Telemadrid fue detenido en la frontera de Macedonia y pasó varios días en un calabozo de Pristina.

Bill Wheatley, de la NBC, cree que no hubo un plan razonado, claro o sistemático de represión de los corresponsales extranjeros. Massimo Calabresi, de *Time*, lo explica como “una lucha interna por el poder entre los funcionarios yugoslavos moderados, deseosos de facilitar el trabajo a los medios occidentales, y los radicales serbios, leales hasta la muerte a Slobodan Milosevic”.

Donde más claramente se vio esa confrontación fue en Montenegro. Pocos de los más de 100 enviados especiales de todo el mundo desplazados a la región se libraron de atra-

El trato recibido por los periodistas extranjeros de las autoridades serbias fue más agresivo que el de las iraquíes durante la guerra del Golfo II.

cos, robos y amenazas, con frecuencia perpetrados por los propios militares, policías o escoltas que, supuestamente, debían defenderlos.

Era evidente que las autoridades serbias tenían una pequeña lista de nombres de periodistas elegidos para la expulsión. De acuerdo con la información que el Gobierno yugoslavo recibía a diario de las embajadas extranjeras y con el seguimiento directo que se hacía en Belgrado de los medios extranjeros, sobre todo de la televisión, la lista se fue actualizando constantemente hasta el final del conflicto. Según la dureza o la suavidad de los artículos o crónicas, Belgrado concedía o retiraba visados.

TVE, por ejemplo, solicitó visado para enviar un equipo a Belgrado, pero la Embajada yugoslava en Madrid sólo aceptaba que entrasen en Serbia Vicente Romero y Alfredo Urdaci. La cadena no aceptó la condición y se quedó sin corresponsal en Belgrado durante toda la guerra. El único *anchorman* occidental que llegó a hacer su telediario en Belgrado durante parte de la guerra fue Dan Rather, de la CBS.

Mark Phillips, veterano corresponsal de guerra de la CBS, levantado de la cama a golpes a las tres y media de la madrugada del 25 de marzo en la habitación del hotel y, tras 10 horas de arresto, arrojado en la frontera de Croacia, asegura que el trato recibido por los periodistas extranjeros de

las autoridades serbias fue mucho más agresivo que el recibido de las autoridades iraquíes en Bagdad durante la guerra del Golfo II.

No es ésta, sin embargo, la versión de otros. Wheatley, de la NBC, reconoce que le pedían las cintas los censores, pero que nunca le obligaron a cambiar nada. Andrew Rosenthal, jefe de Internacional del *New York Times*, y Garry Thatcher, jefe de Internacional del *Chicago Tribune*, aseguran que sus crónicas desde Belgrado nunca fueron censuradas y que pudieron moverse libremente por Serbia sin estrecha vigilancia. Los corresponsales de agencias y periódicos se sintieron mucho menos controlados por la censura que los de radio y televisión. Es algo que se viene repitiendo en las últimas guerras.

El único periodista occidental que logró permanecer casi toda la guerra dentro de Kosovo y contarle fue Paul Watson, de *Los Angeles Times*. Tras ser expulsado de Pristina y quedarse sin el coche alquilado, un coche blindado, el primer día de la guerra, Watson alquiló otro coche en Skopie, capital de Macedonia, y entró de nuevo en Kosovo. Le volvieron a quitar el coche, pero se quedó en Pristina varias semanas.

Los serbios sabían que estaba allí y que enviaba crónicas, pero no lo echaron. Llamaba pocas veces a la redacción y puede que el hecho de tener nacionalidad canadiense le ayudara.

Corresponsales de guerra

“La OTAN describió su guerra aérea contra Yugoslavia como una intervención humanitaria, como una batalla entre el bien y el mal para acabar con la limpieza étnica y devolver a los albanokosovares a sus casas”, escribió al final del conflicto. “Desde el interior de Kosovo, rara vez fue tan simple y pura. Se pareció más a quien llama a un fontanero para que le arregle una gotera y contempla cómo le inunda la casa”.

“La verdad, como sucede en la mayor parte de los conflictos, fue la primera víctima”, añadió. “Al final de la guerra, cuando esperaba celebrar mi propia supervivencia, simplemente me sentí más vacío. Muchas de las respuestas que tanto necesitaba, aunque sólo fuera por justicia y por mi salud mental, permanecían ocultas por la niebla de la guerra. No encontré ningún héroe”.

Los pocos periodistas extranjeros que permanecieron en Pristina se movieron con mucha más libertad que los que se quedaron en Belgrado. No estaban sometidos a controles policiales o militares directos y no necesitaban autorización para salir de la ciudad. La única restricción era el acceso a las llamadas zonas de operaciones, fácilmente reconocibles por las

columnas de refugiados que salían de ellas.

A pesar de todas las dificultades, los principales corresponsales que cubrieron la guerra de Kosovo se sintieron infinitamente más satisfechos con su trabajo que con el que realizaron en la guerra del Golfo II. Cuando se cerraron los aeropuertos de la región, recurrieron a los *ferries* que unen Bari con Albania. Otros descubrieron la belleza del viaje en tren por los Balcanes.

Los avances técnicos –antenas más móviles que nunca, teléfonos satélite con baterías duraderas de verdad– hicieron la diferencia. Los SATphones, aunque todavía pesados, se convirtieron en el arma principal de los medios en los primeros días del conflicto. Permitieron a los corresponsales con portátiles, módem y antenas transmitir por satélite desde cualquier parte, por alejada e inhóspita que fuera. Lo primero que hicieron cuando recibieron el aviso de que empezaban los bombardeos fue esconder los equipos o ponerlos a buen recaudo en casa de sus traductores locales por si las moscas.

No fue el único avance. Calabresi y otros compañeros transmitieron sus crónicas por correo electrónico

En Iraq murieron durante la guerra al menos 14 periodistas extranjeros, entre ellos dos españoles: Julio Anguita y José Couso.

en buzones de amigos repartidos por toda Europa hasta que fueron expulsados del Hyatt. Kevin Kullen, del *Boston Globe*, transmitió desde la zona de guerra equipado sólo con su ordenador portátil y un teléfono celular londinense. Mike Glennon, jefe de corresponsales extranjeros de *Newsweek*, llegó a organizar conferencias multiplex de seis corresponsales, cada uno de ellos en distintos puntos del conflicto, mediante celulares y teléfonos satélite.

Iraq 2003

El 7 de mayo de 2003, casi un mes después de la conquista de Bagdad por el Ejército estadounidense, seis corresponsales españoles que cubrieron la guerra para otros tantos medios acudieron en Madrid a un almuerzo del Club Siglo XXI para compartir sus experiencias.

Mercedes Gallego, del entonces Grupo Correo, hoy Vocento, confesó que la muerte se ve distinta cuando la sufre alguien cercano y en Iraq murieron durante la guerra al menos 14 periodistas extranjeros, entre ellos dos españoles: Julio Anguita y José Couso. Seguimos sin saber el número de muertos iraquíes. En su libro *Más allá de la batalla*, Mercedes Gallego calcula en unos 6.000 los civiles iraquíes que pudieron perder la vida, el doble, más o menos, que en los atentados del 11-S, con los que nadie ha podido probar que tuviera

algo que ver el dictador Sadam Huseín.

“Ha sido una guerra diferente de todas las demás, la más injusta, una guerra nueva, sin precedentes, muy especial”, dijo Mónica García Prieto, de *El Mundo*. “Lo peor de todo es que los combatientes han convertido a los civiles y a los periodistas en objetivos”.

Mónica distingue entre la muerte de Julio Anguita, un accidente, y la de Couso, un asesinato. “Hubiera sido mejor que no se hubiera declarado objetivo militar un hotel con 320 periodistas”, añade.

José Antonio Guardiola, de TVE, se declaró en desacuerdo con el titular de un artículo en *El País* que decía: “La guerra mejor contada de la historia”.

“Todo lo contrario”, añadió. “Hubo un control excesivo de los gobiernos y de los ejércitos sobre los corresponsales. Por primera vez se selló una frontera a los periodistas, incluso a las ONG. ¿Por qué? Para limitar el acceso a las fuentes y que primara el parte de guerra”.

Sobre los *empotrados*, Guardiola, que estuvo con los británicos, cree que “ha provocado una información unilateral y una ansiedad por parte de compañeros que no tenían ese acceso. Algunos cruzaron por su cuenta y lo pagaron con su vida (fue el caso del británico Terry Lloyd, de la ITN). En Iraq ha surgido una nueva figura de corresponsales de guerra: los unilaterales. Lloyd era uno de ellos”.

Corresponsales de guerra

“La fórmula de los *empotrados* fue interesante y peligrosa”, añadió. En su opinión, en esta guerra hemos sido testigos de “una exhibición extraordinaria de las nuevas tecnologías, pero eso no ha mejorado la información porque, mal utilizadas, las tecnologías pueden tener justo el efecto contrario del buscado”.

Carlos Hernández, de Antena 3, considera la última guerra en Iraq “una guerra histórica para el periodismo” porque, según él, “los medios estadounidenses han perdido gran parte de su credibilidad”. Y añade: “No había independientes. Los estadounidenses estuvieron demasiado sometidos a su Gobierno. Nosotros también recibimos presiones, pero salvo la CNN, que fue expulsada, los demás medios estadounidenses se marcharon, mientras que nosotros quedamos... Sufrimos restricciones severísimas, pero creo que hemos logrado contar el rostro humano del conflicto”.

Para Francisco Perejil, de *El País*, sus vivencias en la guerra se resumen en tres estampas: el pueblo de Bagdad, gente encantadora, siempre sonriendo, muy hospitalaria; el miedo que sintió una noche que estalló un misil muy cerca del hotel

donde se encontraba; y la visita al niño Alí en el hospital en medio de un tiroteo. “El misil hizo temblar el edificio y todos nos precipitamos a un antiguo gimnasio”, dijo. Allí, a oscuras, me di cuenta por primera vez de que podía morir... En el hospital, cuando se produjo el tiroteo, nos lanzamos al suelo y todo nos pareció absurdo.

Al ver a Alí, un compañero me dijo: ¿y todo esto para qué? ¿de qué sirve contarlo? Quiero creer que sirve para algo”.

“Creo que ninguno disfrutamos cubriendo guerras”, declaró Jon Sistiaga, de Telecinco. “Yo me siento un poco reportero total. Creo que los reporteros de guerra son los que siguen viviendo allí cuando los demás nos vamos. La cobertura de Iraq, en mi opinión, ha sido bastante buena. Veo esta guerra como la mayoría de edad para el periodismo español. Muchos jóvenes, muchos en número, mucho donde elegir... La prensa anglosajona huyó. Christian Amanpour volvió el día que entraron los tanques estadounidenses en Bagdad”.

Mercedes Gallego cree que, por primera vez, la opinión pública no ha estado condicionada por lo que daba la CNN.

Guardiola teme que los ejércitos

“Es esencial que se nos siga viendo como observadores neutrales y no como parte del conflicto”.

cada vez parecen más interesados en tapar la boca a los periodistas. “Lo vimos ya en los territorios ocupados en 2002 (Jenin) y es esencial que se nos siga viendo como observadores neutrales y no como parte del conflicto”.

Carlos Hernández reconoce las limitaciones en todos los frentes, pero considera que “las reglas son las reglas y si te las saltas, te expulsan. Cada periodista cubre una pequeña parcela de la realidad. La única forma de estar informado es uniendo varias. Es la única forma de acercarse a la verdad”.

“Poco siempre será mejor que nada”, agrega Mercedes. “Cada uno hizo lo que pudo para saltarse la censura. Con los *empotrados*, hubo mucha más autocensura que censura. Saltarse las normas, en las condiciones en que estábamos, habría sido un suicidio”.

Sistiaga reconoce que era muy difícil, para empezar, conseguir un visado y permanecer dentro. “Cada guerra es diferente. Habría sido un suicidio intentar acercarse a las afueras de Bagdad siquiera. Los vigilantes y los conductores no se habrían arriesgado a llevarte. Lo importante era aguantar hasta el final”.

“El régimen de Sadam es el que peores condiciones de trabajo me ha proporcionado y llevo ya unos cuantos conflictos a mis espaldas”, añadió.

Para Perejil, “el régimen era verdaderamente asfixiante en todos los

sentidos, verdaderamente macabro. Tantas imágenes de Sadam, como el gran hermano. Estaba endiosado y quería mostrar su poder absoluto”.

“Sí, pero era el mismo entre 1980 y 1988, y Occidente entonces le apoyó”, contestó Hernández.

Roberto Montoya, jefe de Internacional de *El Mundo*, presente en el almuerzo, afirmó que, gracias a los corresponsales, “ha habido pluralidad de información y hemos visto los efectos de los daños colaterales, cosa muy distinta del 91”. Lamentó que no se siguiera más en Occidente la línea informativa de Al Yazira y que se informara tan poco de la matanza del 8 de abril. ¿Un aviso?, se preguntó.

“¿Alguien sabe qué pasó en Basora?”, preguntó Guardiola. “Salvo el único periodista que permaneció dentro toda la guerra, de Al Yazira, no entramos hasta tres días después de su conquista por los británicos. Esto, a mí al menos, me produjo una enorme insatisfacción”.

¿Cómo se recuperan los corresponsales cuando vuelven?

Perejil: “Yo tengo sueño todo el tiempo”

Guardiola: “Trato de sumergirme lo antes posible en la rutina”

Mercedes: “No tengo tiempo de sentir nada, pues no he parado”.

Mónica. “Personalmente, no me da cuenta mientras estaba allí. Ahora, a la vuelta, me siento profundamente orgullosa del trabajo que hizo mi

Corresponsales de guerra

medio. Nos respaldó a todos. El único obstáculo, las autoridades iraquíes... Lo más importante, para mí, es contar el sufrimiento de la gente”.

¿Cómo se sienten los iraquíes?

Hernández: “La mayoría está satisfecha con la caída de Sadam, pero no acepta la ocupación y menos de los EEUU, país al que no quieren por muchas razones. Creo que no van a tolerar esta ocupación”.

Perejil: “Me parece importante decir que se debe contar lo que se ve. ¿Se debe contar también lo que no se ve? En cuanto a preguntas sin contestar, la principal es el número de víctimas, las armas de destrucción masiva, el saqueo de los tesoros nacionales... No sé si ha sido la guerra mejor contada pero ibendita la hora en que los EEUU decidieron meter a los *empotrados!*”

Guardiola: “He visto poca auto-crítica en los medios estadounidenses y me parece preocupante que Fox haya ganado la batalla de las audiencias a la CNN”.


Hernández: “Los medios estadounidenses siguen muy condicionados por el 11-S. Entre la Casa Blanca y Sadam, era fácil optar. Pero los medios escritos han actuado de forma muy distinta a los audiovisuales, con mucha más libertad y capacidad de crítica”.

Mercedes: “En los EEUU se viven momentos especialmente tristes. Muchos acaban dando sólo lo que quiere la audiencia”.

Sistiaga: “Yo creo que en los EEUU ha habido un periodismo muy militante y patriótico... Vamos a tardar en volver a tener el respeto que teníamos a los medios estadounidenses. Pero mucho más frustrante fue la censura, tanto por el cierre de la frontera de Kuwait como por el trabajo en Bagdad”.

Mercedes: “Los Estados Unidos cerraron la frontera porque necesitaban saber quién estaba dónde, entre otras cosas para reducir el número de bajas entre los periodistas por fuego amigo”.

No sé si la invasión de Iraq habrá sido, como escribe Sistiaga en su libro *Ninguna guerra se parece a otra*, “la guerra mejor contada de la historia”. Tengo serias dudas, pero desde luego ha sido la mejor cubierta por los medios españoles. Tal vez porque en España se vivió como un asunto interno. Los medios no habrían hecho semejante esfuerzo ni las editoriales habrían publicado ya al menos siete libros de corresponsales en Iraq en sólo un año de no haberlo visto así. Los siete se pueden leer como capítulos de una misma obra que empieza y termina en el hotel Palestina de Bagdad.

En *Julio Anguita Parrado: batalla sin medalla* se recogen 52 de sus mejores crónicas y 37 textos de compañeros, amigos y familiares. *Ninguna guerra se parece a otra* es el mejor homenaje que Jon podía hacer al amigo del alma, José Couso. 

'Empotrados', pero libres

Reflexiones de un periodista español que viajó 'empotrado' hasta Bagdad con la compañía C-117 del 10º Batallón de Apoyo Logístico en Combate, que durante la invasión de Iraq tenía como misión aprovisionar de munición, carburante, agua y comida al III Batallón del IV Regimiento de Infantería (3/4) y al I de Carros de Combate (First Tanks) de la I División de Marines. Ambas unidades encabezaron la ofensiva militar iniciada el 19 de marzo.

ALFONSO BAULUZ

El ex ministro de Defensa Federico Trillo y su sucesor, José Bono, tuvieron a bien hacerse acompañar en sus visitas a Base España, en Diwaniya, tanto por tertulianos y creadores de opinión como por directores de medios a quienes ambos invitaron. Tanto el uno como el otro pretendían con la visita obtener apoyo editorial para el despliegue y el repliegue, según los casos, y muy probablemente ambos políticos estaban convencidos de que su personal cercanía a los profesionales de la información y la opinión, así como el contacto de los periodistas con los militares destacados en Iraq para comprobar la dureza de las con-

diciones de trabajo, su celo y abnegación, al igual que el altruismo de una parte de sus cometidos o simplemente el empeño con el que acometen las órdenes recibidas, contribuirían a sus legítimos propósitos políticos y propagandísticos.

No pareció polémica la discreción y reserva solicitada por motivos de seguridad, el embargo de la información por razones de tiempo o lo apretado de la agenda durante la visita ni el empleo de impedimenta militar, del que se mofa alguno de ellos en sus crónicas, empezando por él mismo, al describirse como esos "japoneses" empeñados en fotografiarse a toda velocidad en apresuradas giras turísticas.

Alfonso Bauluz es un veterano reportero de la Agencia Efe.

'Empotrados', pero libres

Sin embargo, sí que hubo, en mi opinión, un hecho en uno de esos viajes absolutamente censurable: la disponibilidad de alojamiento para esos visitantes, cuando esas mismas instalaciones militares se vieron cerradas a los “periodistas de a pie”, los enviados especiales a Iraq que desde el comienzo del despliegue español en el país ocupado informaban de sus actividades.

Pretextada anteriormente por el Ministerio de Defensa una supuesta prohibición a los civiles para pernoctar en acuartelamientos de misiones internacionales, dicha restricción desapareció por ensalmo cuando los civiles eran acompañantes del ministro en persona. Desconozco si es que habían sido clasificados como séquito personal del ilustre y distinguido huésped, o simplemente, que importaba poco que esos enviados especiales españoles tuvieran que recorrer aceleradamente el regreso a Bagdad para evitar la noche y los asaltos. Probablemente, su grado de adrenalina en el cuerpo fuera muy superior al de algunos de quienes el consabido desplazamiento en helicóptero en vuelo rasante les hacía recordar las imágenes de *Apocalipsis now* y la música de Wagner.

Viene a cuento esta reflexión, que no pretende entrar en otro tipo de crítica, del análisis ante la falta de una clarificación respecto a las relaciones de los periodistas con los militares españoles cuando estos últimos desempe-

ñan su trabajo en misiones en el exterior, o en el hipotético supuesto de que participasen en un enfrentamiento bélico. Las iniciativas legislativas de la pasada legislatura en relación al estatuto de los periodistas tal vez fuera conveniente que afrontaran la cuestión, tal vez sea otro ámbito más genérico el adecuado.

Fue el propio Pentágono el que estipuló que reconocía el derecho de los periodistas a presenciar los combates en los que pudieran verse involucradas las fuerzas militares estadounidenses. Es muy probable que los motivos de esa decisión política del Ejecutivo estadounidense no sean en absoluto coincidentes con los objetivos propios de los medios de comunicación, e incluso que sus fines sean reprobables. Ahora ya da igual, fue reconocido ese derecho y puesto en práctica ampliamente durante la invasión de Iraq.

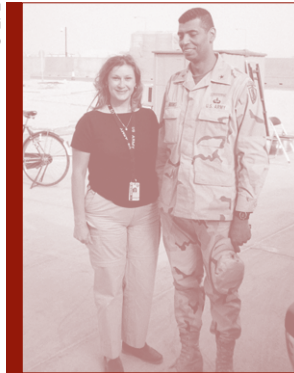
El Departamento de Defensa norteamericano afirmó textualmente: “Necesitamos contar los hechos, buenos o malos, antes de que otros inunden los medios con desinformación y distorsiones”. Esos “otros” no eran sino el régimen de Sadam Huseín. Sin embargo, a finales de 2002 y principios de 2003, cuando la entonces portavoz del Pentágono, Victoria Clarke, y el asistente del subsecretario, Bryan Whitman, eran conscientes no sólo de las críticas de los medios globales al sistema del *pool* y la censura empleada en la I Guerra

del Golfo en 1991, sino también, y esa es la gran novedad, de su incapacidad para controlar “el mensaje” debido a las grandes facilidades derivadas de los progresos tecnológicos de las telecomunicaciones, y sobre todo la digitalización. Internet podría resultar letal en la guerra de la propaganda ante la opinión pública por lo que les resultaba imprescindible conseguir volcar a su favor la óptica de los grandes medios nacionales e internacionales. Sólo una cuidada presencia de las cámaras de las grandes cadenas estadounidenses tras las filas norteamericanas aseguraba ese enfoque de una “manera natural” como una posibilidad cierta, más allá de una orden ejecutiva atentatoria contra la libertad de expresión o las clásicas presiones subterráneas a los ejecutivos de las compañías de comunicación, hoy grandes conglomerados con variedad de intereses económicos y sectoriales. La opción de impedir el acceso de la prensa estadounidense con sus códigos noticiosos tradicionales y abonar el terreno de Al Yazira y similares, en una oportunidad única como la que tuvo CNN en 1991, combinada con un Internet como vía de propagación de todo tipo de historias, fundadas o inverosímiles, probablemente pudiera producir los mismos esca-

lofríos que debieron experimentar los encargados de dar forma al programa aprobado para incluir 600 periodistas con las unidades militares, si finalmente se desataba la guerra contra Iraq, como se preveía.

Las negociaciones al más alto nivel con los representantes de los medios en Washington fueron arduas y prosiguieron ferozmente en Kuwait como me reconoció uno de los productores del *60 Minutes* de Dan Rather que pretendía colocar un equipo con las “águilas chillonas” de la 101 Aerotransportada, la caballería del aire

© EFE



Falta clarificar las relaciones de los periodistas con los militares españoles cuando estos últimos desempeñan su trabajo en misiones en el exterior, o en el hipotético supuesto de que participasen en un enfrentamiento bélico.

estadounidense, y fuerza naturalmente candidata a iniciar las hostilidades.

La ubicación de los medios no fue neutral y primaron los intereses del Pentágono. Un 20% de las plazas fue reservado para medios no estadounidenses y alguna de las estipulaciones, como la expresa declaración de que el sexo no supondría ningún impedimento para acompañar a las tropas,

estadounidense, y fuerza naturalmente candidata a iniciar las hostilidades.

'Empotrados', pero libres

desató la paradoja de que entre las 60 mujeres que participaron, algunas de ellas viajaron con unidades donde las Fuerzas Armadas estadounidenses aún no permiten su presencia, como ocurre en la Infantería. Muchas de las limitaciones o restricciones tenían su lógica, aunque algunos de los principios eran claros en tanto en cuanto no había, con carácter general, censura. La seguridad era un asunto concerniente a las fuentes, y si los mandos decidían ofrecer información sensible a los periodistas era bajo palabra de que su uso no fuera perjudicial para sus intereses militares, lo cual tampoco parece descabellado. En cualquier caso, como exponían esas mismas “normas sobre el terreno” y me advirtieron los colegas estadounidenses, la clave estaría en los comandantes de cada unidad militar. Su flexibilidad en la interpretación o su intransigencia daría la medida del éxito o el fracaso. El escepticismo respecto a los militares en esta apartado era amplio entre los periodistas, y sin embargo, las encuestas posteriores de los militares revelan que la mayoría consideramos después que el *embedded process* había superado, con mucho, nuestras expectativas. Comparto la opinión del delegado en Washington de Hearst Newspapers, Charles L. Lewis, quien asocia la potestad interpretativa de las normas por los mandos a lo exitoso de su misión y recuerda que el Pentágono es muy respetuoso con

esos oficiales. Desmond Boylan, de Reuters, fotografió el izado de la bandera de las barras y estrellas y la enseña del Cuerpo de Marines en el puerto de Um Qasar. El oficial de la decimoquinta unidad expedicionaria de *marines* a los que acompañaba y que recibió la llamada de Washington para ordenar que fuera arriada de inmediato no cabía en sí de orgullo tras proclamar visualmente al mundo su presencia y la de sus hombres en aquel lugar, símbolo del comienzo de la invasión.

Dos casos completamente opuestos se dieron con el fotógrafo japonés del *Boston Herald* Kuni Takahashi, quien aterrizó como *empotrado* en una unidad cuyo comandante era absolutamente restrictivo en la interpretación de las normas y pretendía que difundiera sus fotos al fin de la guerra. Desconozco si ambos temían el fracaso, pero como narró el estadounidense Wesley Bocxe, contumaz acompañante de las tropas norteamericanas en sus aventuras exteriores en los últimos 15 años, con o sin su permiso y pese a las detenciones, se acopló a su grupo, formado por fotógrafos de los llamados “unilaterales” por los militares norteamericanos, y con ellos tuvo la oportunidad de tomar algunas de las más brillantes imágenes de la invasión militar. Ese grupo, en el que también viajaba el ganador del III Premio Miguel Gil 2004, Laurent van der Stockt, provisto de sus propios vehículos, se acopló

al III Batallón del IV Regimiento de Marines gracias al permiso otorgado por uno de sus oficiales. No suscribieron las normas que los demás aceptamos, pero actuaron con el sentido común de los veteranos en el oficio. Hasta donde yo conozco no tuvieron más problemas que aprovisionarse gracias al comercio, tolerado, con los militares por el uso de las comunicaciones satelitales que permitían a la tropa contactar con sus familiares, una de las grandes novedades de este despliegue, y que ofreció a los periodistas un gran abanico de oportunidades para relacionarse con los militares. Desconozco el motivo por el que ese selecto grupo de fotógrafos que aterrizó por su cuenta, y mucho riesgo, en suelo iraquí tras el paso de la frontera obtuvo el permiso del comandante de turno, pero no descartó que tuviera relación con el ansia de gloria militar.

Otros incumplimientos de las normas impuestas, en esta caso favorables a los medios televisivos fue el uso de vehículos propios. Desde luego que las literas y la cocina de la camioneta de CBS era tan envidiada o más que las facilidades de comunicación que ofrecía, puesto que todos los periodistas, con independencia del tipo de medio para el que trabajábamos, éramos, por fin, autónomos en las

comunicaciones. Viejo y resuelto problema.

Las conversaciones en profundidad con el comandante al cargo de la unidad médica de la compañía con la que viajé, quien reconocía que para él aquella invasión venía a representar una nueva cruzada, no sé si fueron las que me abrieron las puertas del quirófano mientras amputaban la pierna de un niño, escena que pude fotografiar pese a estar expresamente prohibido, salvo esa “interpretación flexible sobre el terreno”.

Anticipar el interés de los esta-

© EFE



Las conversaciones en profundidad con el comandante a cargo de la unidad médica de la compañía con la que viajé me abrieron las puertas del quirófano mientras amputaban la pierna de un niño...

dounidenses por el ensanchamiento de una autopista para poder emplearlo como pista de aterrizaje no me causó problema alguno, tal vez porque el oficial que me adelantó esos planes reconocía, pese al enfrentamiento diplomático Washington-París, que a él le apetecía instalarse a vivir en Aix-en-Provence.

En cualquier caso, esa misma censura o restricciones por motivos de

'Empotrados', pero libres

seguridad operacional, no afecta ni a los documentales, ni a los libros, ni a las publicaciones de periodicidad más amplia.

El consejero de Asuntos Públicos del Estado Mayor Conjunto estadounidense, capitán T. McCreary, reconoció, extrañado, el escaso número de incidentes graves en el apartado informativo con los periodistas al margen de la expulsión el 29 de abril de Brett Lieberman, del *Harrisburg Patriot*, y el aviso por una foto que motivó, ya en Bagdad, el abandono de Cheryl Diaz Meyer que, junto con su compañero del *Dallas Morning News* obtuvo este año el Pulitzer en el apartado más codiciado de instantáneas noticiosas.

Los otros dos expulsados por los estadounidenses, el patán de la Fox Gerardo Rivera, por causas que aún no conozco en realidad, y Philip Smucker, del *Christian Science Monitor* y el *Daily Telegraph*, viajaban por su cuenta; el primero, igualmente acoplado a una unidad militar sin disponer propiamente de la “asignación” oficial, aunque dada la cuestionable belicosidad de su cadena no podría ser considerado hostil, ni mucho menos neutral.

Smucker fue precisamente quien me contó cuatro días antes de su expulsión tras unas declaraciones en directo a la CNN, que la noche anterior, el 22 de marzo –en un tiroteo, que Reporteros sin Fronteras considera ocurrió entre tropas anglo-esta-

dounidenses–, había muerto Terry Lloyd y habían desaparecido el cámara francés Fred Nerac y el traductor libanés Husein Toman, los tres de la británica ITV. Cuando me lo topé en la autopista que enlazaba Basora con Bagdad tuve la sensación de que con todo el riesgo que habían corrido él, el yugoslavo que le acompañaba, Andy Nelson, el fotógrafo de su periódico, y el enviado de *Le Soir* tenían “hambre” atrasada de imágenes y declaraciones. Tal fue el ímpetu con el que retrataron a los *marines*, a mis ojos rutinariamente desplegados en formación de combate, aunque no pasaba absolutamente nada. El propio teniente con el que yo viajaba, Dana Andrews, me lo hizo ver, tras las declaraciones que le pidió, y que su esposa vio recogidas un día después. Tuve una sensación de horror por esas muertes, las primeras de periodistas que yo conocía desde el comienzo de la invasión, y a continuación me asaltó la sensación de estar *encapsulado* y contar con una injusta ventaja sobre los periodistas que trataban de viajar por libre, aunque dada la descomunal concentración de tropas y el peligro de verse envuelto en un enfrentamiento entre ambos bandos la mayoría de los reporteros que consiguieron “saltar” la frontera buscaron la manera de cobijarse cerca de los invasores y evitar que sus propios compatriotas militares, en el caso de los británicos y los estadounidenses, les dispararan.

La sensación de *encapsulamiento* probablemente me acompañó hasta Bagdad, aunque la espina que tenía clavada de algún modo por el privilegio que teníamos quienes acompañábamos a los *marines* me la quité al ayudar a “saltar” varios kilómetros junto a Bagdad al grupo de periodistas de la competidora AFP, entre ellos Christophe Simon, fotógrafo afincado en Madrid, y sus acompañantes de RFI.

Sin llegar a caer “enamorado” de los *marines* como reconoce en el *Columbia Journalism Review* que le ocurrió el columnista del *Orange County Register* Gordon Dyllow, comparo el planteamiento profesional del veterano corresponsal en Yakarta del *Sydney Morning Herald*, Lyndsay Murdoch, de quien recordaba su excelente trabajo en Dili durante el desastre de 1999 en Timor Oriental. Simplemente “intento no dejar que la amistad y la proximidad (con los *marines*) condicione mi trabajo a favor de los estadounidenses y no convertirme en una herramienta de propaganda. La única manera de informar (*empotrado*) es hacerlo con honradez”. Precisamente una de las grandes dudas al respecto que me asaltó fue cuando el “parón” de la ofensiva si la comunicación a la tropa de que la

marcha se detiene, que permanecerían dos semanas en el lugar en el que se encontraban con sendos frentes al norte y al sur de la posición ocupada y la orden de que profundizaran las trincheras no pretendía sino utilizar la masiva presencia de periodistas para confundir al régimen de Sadam Huseín. La duda que, aún hoy mantengo, es si hice lo correcto, que fue dudar de esa orden, aunque existiera, y buscar la manera de corroborar la veracidad de la información recibida a la luz de otros datos a mi alcance como eran, básicamente, la

© USDP



La mayoría de los reporteros que consiguieron “saltar” la frontera buscaron la manera de cobijarse cerca de los invasores y evitar así caer bajo el fuego de éstos.

capacidad y voluntad defensiva de los iraquíes, a mi juicio ya en ese momento más que cuestionable, y con el abrumador poderío estadounidense, absoluta superioridad aérea incluida, y su ritmo de suministros a pleno rendimiento. La orden en ningún caso mejoraba la moral de la tropa, más bien lo contrario pues ansiaba llegar a Bagdad para poder volver a sus casas.

'Empotrados', pero libres

Precisamente, tras la gran tormenta del 25 de marzo que sí condicionó momentáneamente el avance estadounidense, y para completar mi visión del cuadro en ese momento contacté con Julio Anguita Parrado para recabar su opinión y corroborar, pues él viajaba al oeste con el Ejército de Tierra, si pudieran tener mayores dificultades logísticas. Quienes prepararon el programa de inclusión de periodistas no sólo estaban convencidos de que, como expuso en la Escuela de Oficiales del Estado Mayor para Asuntos Públicos del Cuerpo de Marines la brigadier general Mary Ann Krussa-Dossin, la “mayor parte de la cobertura mediática sería positiva al sentirse los reporteros como parte de las unidades”, sino que sólo dispondríamos de una pieza del puzle, ninguna visión general, y nos limitaríamos a contar lo que tuviéramos delante e historias humanas al estilo de las clásicas notas de Ernie Pile con retratos de los soldados del frente.

Sin embargo, la versatilidad de los teléfonos Thuraya, prohibidos en Bagdad por disponer de localizadores GPS, no sólo permitía superar los viejos condicionantes de empleo de las comunicaciones en su mayor parte para transmitir, sino que facilitaba al máximo la posibilidad de recabar información en un frente en plena marcha. Al margen de suponer un auténtico regalo en cuanto a facilitar las relaciones personales con

los que precisaban contactar con sus familias, lo mismo militares invasores que iraquíes con deudos huidos del derrocado régimen o simplemente temporalmente fuera del país para evitar la guerra.

No obstante, los obsoletos Iridium aún eran empleados por los propios militares y periodistas estadounidenses que los manejaban como alternativa de comunicación rápida para evitar desplegar los teléfonos satélites tipo Nera o el más novedoso Trane and Trane. Precisamente su elección, mala respecto a no emplear los Thuraya, es probable que no contribuyera a evitar que los militares estadounidenses nos requisaran los teléfonos Thuraya so pretexto de que Iraq poseía los códigos de las comunicaciones de la compañía, con base en los Emiratos Árabes Unidos. Esta justificación fue incluso aderezada con una nunca reiterada acusación a Francia de proporcionar al régimen iraquí dicha información. Tal vez, simplemente no les gustaba mucho la comunicación intrafrentes y la decisión de retirar los teléfonos de esa compañía afectaba menos a los periodistas norteamericanos y a los medios más poderosos, que además en su mayoría contaban con alternativas propias de comunicación, no así quienes competimos con menores medios. Cuando le pregunté a Julio si sabía algo de esa orden me dijo que a él no le habían comunicado nada. Ya no pude volver a hablar con él y las noti-

cias que de él obtuve fueron a través de su compañero Javier Espinosa que cubría el sur de Iraq en compañía de Javier Martín, un colega de Efe en El Cairo, quien me proporcionaría el teléfono de repuesto que me llegó cuatro días después del 28 de marzo, fecha de la requisita, aunque sólo un día no había podido lograr transmitir una crónica al no aparecer el dichoso Iridium que me prestaban los *marines* para dictar las notas. Evidentemente, mi capacidad de comunicación mermó a unos niveles que, momentáneamente e ilusamente, había creído dejar atrás, más bien querido. Supongo que esa misma situación afectó a otros periodistas y me figuro que es el origen de aquella decisión. Seguro que también disminuyeron las llamadas de la tropa a sus casas en Estados Unidos. El desconocimiento previo de los riesgos que implicaba la utilización de aquella compañía de teléfonos por satélite no es una alegación aceptable por parte de los estadounidenses.

Curiosamente ese hecho no sólo no despertó, en mi caso, inquina alguna contra todos los militares, sino que el conductor del Humvee con el que viajaba, el mexicano Morales –quien con ocho años vendía chicles por las calles antes de cruzar clandes-

tinamente la frontera y era un superviviente nato–, me recordó con su gran sentido del humor que en ese instante era “invisible” para sus mandos, la condición a la que –me explicó con sorna– son reducidos los miembros de la tropa cuando plantean algún problema, dificultad o queja. De nuevo otra lección a cargo de quien durante las tres semanas que duró la invasión fue mi lazarillo para comprender mejor las interioridades de una maquinaria que movía más de 50.000 efectivos en el caso de los *marines* de la Primera Fuerza Expedicionaria.

© USDD



El objetivo estaba claro: sólo dispondríamos de una pieza del puzle, ninguna visión general, y nos limitaríamos a contar lo que tuviéramos delante e historias humanas al estilo de las clásicas notas de Ernie Pile.

Su inmediato superior y copiloto, el sargento puertorriqueño Daniel Rodríguez –Romeo en el código de radio–, detestaba a los periodistas desde que sus andanzas como delincuente juvenil aparecieran en la prensa de Buffalo (Nueva York), de donde procedía. Aún así, pese al rechazo inicial a la idea de montar en su vehículo a un periodista, la relación fue lo suficientemente cordial para que

'Empotrados', pero libres

no me crease problemas, y finalmente a ambos les otorgó una excelente excusa en algunos momentos para “perderse” so pretexto de ayudar al reportero. La importancia de las relaciones humanas fue decisiva en mi caso, pues hubo alguna unidad en la que convertir deliberadamente en un calvario la estancia del periodista asignado fue deporte y entretenimiento.

Parcialmente en eso se transformaron algunas retransmisiones audiovisuales en las que la inmensidad del avance tecnológico respecto a 12 años antes no supuso en los contenidos de las crónicas televisivas en vivo más información que el periodista, montado en un vehículo de transporte, avanzaba en medio de un intercambio de disparos. Otras pretensiones como tratar de obtener franqueza de personas rodeadas por extranjeros armados hasta los dientes en mi caso me quedó clarísimo desde el principio que sería un vano empeño y por tanto una renuncia obligada. Igualmente, suponer que no se puede corregir o modificar lo prescrito por el Pentágono teóricamente en relación a la preservación de la intimidad y la propia imagen de los prisioneros para el futuro sería prácticamente estipular que los periodistas renuncien a fotografiar o tomar imágenes de quienes caen en campos de prisioneros, hecho que, en algunas ocasiones, como recuerdan las organizaciones defensoras de los derechos humanos, ha contribuido a salvar sus vidas.

Mejor se hubieran aplicado posteriormente a evitar las torturas en las prisiones, retratadas con afán coleccionista e impúdico, por sus propios soldados.

Las normas aplicadas por los estadounidenses a los periodistas que las suscribieron, accesibles por cualquiera en Internet, no creo que impidieran en absoluto trabajar correctamente a quienes les acompañamos. Si acaso la ilegítima pretensión de determinar quién tiene derecho a hacer su trabajo si acepta o no sus condiciones es el extremo que tras la guerra queda en entredicho. La pretensión de globalidad de los medios también quedó cuestionada, a mi juicio, con la fragmentación en audiencias, mercados, lenguas y afinidades territoriales por razones políticas, religiosas, culturales y de desarrollo económico. Esta vez la comunidad mundial no contempló en absoluto lo mismo, el mismo mensaje uniforme, que en épocas anteriores más recientes había con hegemonías extremas, a pesar de que la inclusión de periodistas a gran escala con los militares anglo-estadounidenses pudiera haber desequilibrado el enfoque a favor de sus respectivos gobiernos en la mayoría de los países occidentales .

La cuestión de la responsabilidad de los periodistas respecto a su audiencia o destinatarios y las empresas que les emplean en España al menos no creó, opino, excesivos problemas –salvo posteriores y conocidas

represalias— al constituir la oposición a la guerra una postura abrumadoramente mayoritaria que alentó a los medios a editorializar de acuerdo con las opiniones de sus “clientes”. Sin embargo, esta situación particularmente a mí no me afectaba gran cosa al cubrir un ángulo de la historia para una empresa española con intereses en el mundo de habla hispana. Aunque por su naturaleza pública sí hubiera podido ser, afortunadamente yo no recibí —y estaba en condiciones de rechazar— ninguna presión política. También es cierto que la variedad del espectro ideológico y geográfico obliga en Efe a trabajar para facilitar el uso de la información por todo tipo de abonados. No estoy nada seguro de que esa misma libertad y aplicación profesional no se viera perturbada en una situación de guerra semejante si tuviera que acompañar a tropas españolas trabajando para una empresa española. Probablemente no aceptaría el encargo. Es fácil criticar la labor de otros compañeros, pero desconozco cómo afrontaría el reto de los periodistas estadounidenses de la prensa local que acompañaron a los militares de las bases donde se editan sus diarios y cuyos lectores son los familiares, los amigos y los vecinos de los atacantes.

¿Qué presión resisten los directores de esos periódicos de sus lectores y anunciantes si les disgusta la información de un enviado que no es lo suficientemente beligerante a favor?

En cualquier caso, la gran pregunta continúa en el aire, y la propia Primera División de Marines se interroga sobre cuáles habrían sido los titulares si la Coalición (sic) pierde un batallón de infantería por un ataque químico, o sobre qué habría sucedido de existir un impulso más nacionalista en el corazón del pueblo iraquí y una mayoría de la pobla-

© USDP



Las normas aplicadas por los estadounidenses a los periodistas que las suscribieron no creo que impidieran en absoluto trabajar correctamente a quienes les acompañamos.

ción les hubiera combatido casa a casa.

En su análisis posterior a la invasión aconseja que pese a que “funcionó bien para los militares y los medios” sea revisado por el procedimiento de análisis riesgos-beneficios antes de volver a repetir del mismo modo un programa para acoplar periodistas en las mismas proporciones para futuras operaciones de combate. En este sentido considera limi-

'Empotrados', pero libres


tado el éxito para la propia Primera División de Marines. Por el contrario, la Tercera División de Infantería Mecanizada del Ejército de Tierra es mucho más optimista en su evaluación posterior a la invasión y califica la inclusión de periodistas de rotundo éxito.

Michael Pasquarett, profesor del Centro de Estrategia en Liderazgo de la Escuela de Guerra del Ejército de Tierra de Estados Unidos, considera que el público estadounidense tras esa cobertura, que afirma ha obtenido el respaldo de la opinión pública, obligará a militares y medios de comunicación a asegurarse la manera de continuar manteniendo la integridad en la información conforme a las mayores expectativas de la población norteamericana.

Al margen de los necesarios intercambios de opiniones para modificar esas normas, ya iniciado, opino que la transacción esencial de los periodistas con los militares fue el alcance y la profundidad en el conocimiento a cambio de la renuncia a la autonomía de movimientos. Como experiencia en mi caso resultó única, partiendo además de la base de que no son los reporteros sobre el terreno quienes deciden la apertura de un informativo o de un rotativo ni eligen para ello entre familias atribuladas por la muerte de sus miembros frente a los "progresos" de un pelotón de francotiradores en una avanzadilla.

Para el futuro sigue siendo válida en cualquier caso la recomendación del antiguo corresponsal en Saigón del *The New York Times* Sydney H. Shandberg, quien aconsejó a los editores y directores que pidieran menos puestos para periodistas *empotrados* y dejaran decidir a los veteranos de sus respectivos medios escoger cómo situarse en la cobertura.

Dick Halstead recuerda en *The Digital Journalist*, donde ha difundido algunos de los mejores trabajos fotoperiodísticos del pasado año en Iraq, incluidos testimonios de periodistas que acompañaron a los norteamericanos, que según un cálculo de *Los Angeles Times*, en los 10 años que duró la guerra de Vietnam perdieron la vida 63 periodistas, comparado con los 13 muertos en las tres semanas que duró la invasión de Iraq y el derrocamiento del régimen de Sadam Huseín, la tasa de mortalidad actual alcanzaría los 4.368 periodistas muertos si el conflicto se prolongara tanto como el del país sudasiático.

Espero que Julio y Couso, junto con los demás periodistas fallecidos en Iraq y otros lugares del mundo, allí donde estén puedan divertirse viendo cómo los reporteros se olvidan de pedir a alguien en casa que se ocupe de limpiar de *spam* sus apartados de correo virtuales para evitar lo que le ocurrió a Tony Perry, de *Los Angeles Times*, que tuvo que renunciar al correo electrónico por la dificultad de vaciarlo a 9.600 bps con el Thuraya. 

Viejos y nuevos 'empotrados', testigos de excepción

La autocensura puede ser rentable pero el deseo de la opinión pública de no saber o de saber sólo aquello que quiere escuchar no justifica, en una sociedad democrática, que se oculte la verdad.

ÓSCAR MIJALLO

Desde bien antiguo historiadores y cronistas han acompañado a los ejércitos en sus campañas militares. Sufrían las mismas largas marchas y las mismas penurias que los soldados y oficiales y ello les permitió ser testigos de excepción de batallas que cambiaron el curso de la Historia.

Trescientos años antes de Cristo un joven griego de poco más de 20 años decidió embarcarse junto a las tropas panhelénicas en una de las campañas militares más formidables de la todos los tiempos: la conquista del gran Imperio Persa emprendida por Alejandro Magno. Se llamaba Calístenes y era sobrino segundo de Aristóteles. Las influencias de su tío, que había sido maestro del Gran Alejan-

dro, sirvieron para que acompañara al rey macedonio en calidad de cronista de la corte. Calístenes no era un soldado que participara en la campaña, como Jenofonte, que años antes narró en su *Anábasis*, la retirada de Asia Menor de 10.000 guerreros griegos derrotados por los persas. Su cometido era reflejar lo que veía, no pelear. Casi con toda seguridad no fue el primero y su trabajo poco tiene que ver con el que realizan los actuales periodistas *empotrados*, pero es evidente que, la tradición de acompañar a los ejércitos e informar de primera mano de lo que ocurre en el campo de batalla ha seguido viva hasta nuestros días.

El desarrollo del periodismo moderno y de nuevas tecnologías

Óscar Mijallo es redactor de Internacional en TVE, enviado especial en Bagdad y doctorando de Relaciones Internacionales en la Universidad Complutense.

Viejos y nuevos 'empotrados'

como la fotografía y el telégrafo facilitaron que numerosos informadores siguieran a los ejércitos de manera habitual. En la Guerra de Secesión estadounidense los fotógrafos perseguían en sus carromatos, tirados por caballos y utilizados a modo de cuarto oscuro, a las tropas confederadas y unionistas. El telégrafo permitió que los corresponsales pudieran pasar días, o incluso semanas, en el frente y luego mandar las crónicas a sus rotativos en Londres, París o Nueva York. Fue una práctica habitual entre los grandes como William Howard Russell en Crimea, Archibald Forbes en la Guerra Franco-prusiana o Januarius Aloysius MacGahan, durante la Primera Guerra Mundial. Ellos desarrollaron su labor a caballo entre dos siglos, en los albores del periodismo moderno. La tradición continuó en la Guerra Civil española. George Orwell no dudó en pasar largas temporadas en el frente de Cataluña, en compañía de los trostkistas. En algunas ocasiones su fuerte compromiso ideológico –dicen– le llevo a traspasar la línea roja que separa al periodista del soldado. Años después, Robert Capa iba a bordo de una de las barcas que formaban la primera oleada del desembarco aliado en la playa de Omaha en

Tanto para los militares como para los medios el sistema de los 'empotrados' ofrecía innegables ventajas.

Normandía. Era el 6 de junio de 1944.

Desde entonces el fenómeno se ha repetido en casi todos los conflictos en los que han participado tropas estadounidenses y británicas pero ha cobrado especial importancia en la última guerra de Iraq. Una legión de más de 600 periodistas internacionales acompañaron a los soldados anglo-norteamericanos en la ocupación del país. La operación suponía el mayor despliegue informativo desde la Segunda Guerra Mundial y estaba diseñada para satisfacer al mismo tiempo los intereses del Pentágono y de los grandes medios de comunicación estadounidenses.

La mayoría de los especialistas coinciden en destacar la importancia de los canales de información 24 horas como pieza fundamental para el desarrollo del sistema. Son cadenas de noticias cuya voracidad engulle toda la información posible. Necesitan renovar constantemente su material y esa necesidad se transmite en cadena, no sólo a sus enviados, sino también a las agencias de noticias. Por otra parte la revolución tecnológica que se ha dado en el campo de las comunicaciones ha hecho posible que la transmisión de información pueda realizarse instantáneamente. El pasado

otoño, cuando la red de telefonía GSM aún no funcionaba en Bagdad, un chico de apenas 11 años vendía, a las puertas del hotel Palestina, distintos modelos de Thuraya. Los populares teléfonos satelitales costaban poco más de 500 dólares y con ellos un enviado puede entrar en directo en radio o televisión desde cualquier lugar perdido en medio del desierto. Para transmitir imágenes de vídeo, textos, fotografías o incluso hacer un directo mediante videoconferencia sólo son necesarias dos antenas parabólicas desplegadas –las Nera, por ejemplo– que se llevan en sendos maletines de mano. Con ellas, un módem y un portátil puede realizarse una conexión de alta velocidad a la Red.

Con este panorama un reportero que acompañe a las tropas en sus misiones y disponga del equipo necesario tiene infinitas posibilidades para los medios de comunicación, en especial para las televisiones. Pero todas las monedas tienen su cara y su cruz. El hecho de incrustar periodistas supone aceptar las reglas de comportamiento que impongan los militares. Geert Linnebank, editor jefe de la agencia Reuters, afirma que para los políticos y los generales la voracidad informativa de los nuevos medios supone una oportunidad a la vez que una amenaza. El fenómeno del *empotramiento* –sigue diciendo Linnebank– supone que los reporteros pueden informar desde primera línea de fuego, mientras que el ejér-

cito puede ejercer un considerable control sobre lo que ven, escriben y, en consecuencia, sobre lo que transmiten a la opinión pública.

Tanto para los militares como para los medios el sistema de los *empotrados* presentaba innegables ventajas. Los periodistas tendrían acceso, no sólo al frente sino también a los jefes militares, por lo que podrían rebatir la versión oficial dada por los generales. El Pentágono, por su parte, esperaba que los reporteros pudieran contrarrestar los efectos de la propaganda enemiga. El otro gran argumento a favor era el de la seguridad. Supuestamente, los periodistas que viajaban con el ejército gozaban de su protección y no estaban expuestos al fuego de las tropas aliadas. Para reforzar su seguridad los reporteros dispusieron del mismo equipo de protección contra armas químicas y bacteriológicas que, según se dijo, poseía el régimen de Sadam. Incluso se les suministraron las mismas vacunas y algunos recibieron cursillos específicos para corresponsales de guerra.

Los sistemas de *empotramiento* anteriores no habían llegado a tal grado de cooperación aunque, bien es cierto, que en la Segunda Guerra Mundial los periodistas estadounidenses se integraban durante largas temporadas y llevaban equipo y uniforme militar. El fuerte compromiso de la población y la prensa norteamericana en aquel conflicto hizo que el mensaje patriótico dominara el

Viejos y nuevos 'empotrados'

ambiente informativo y las relaciones entre el ejército y los medios fueran buenas. En el caso británico el Ministerio de Propaganda pidió a los diarios que designaran a sus corresponsales a los que se les dio un uniforme específico y se les entregó un distintivo en el que aparecía la letra "C". Los periodistas británicos fueron alejados deliberadamente del frente en unidades logísticas y de comunicaciones bajo la supervisión de censores.

Pero sin duda, los que peor parte se llevaron fueron los informadores alemanes que tuvieron que contar lo que ocurría en primera línea de fuego. Goebels los integró en su descomunal máquina de propaganda bélica dentro de las Propaganda Kompanien, que reclutaron redactores, cámaras, fotógrafos, locutores, etc... Recibieron entrenamiento militar básico, lo que no impidió que murieran tres de cada diez, un porcentaje similar al de la infantería.

La guerra de Vietnam fue cubierta por un gran número de profesionales de la información de todo el mundo, en especial estadounidenses. Ellos no dudaron en mostrar imágenes que reflejaban los horrores de la guerra: fosas comunes repletas de cadáveres cubiertos de cal, soldados norteamericanos y vietnamitas

muertos, civiles con terribles mutilaciones, casas destruidas o niños corriendo quemados por las bombas de napalm. Escenas que conmocionaron a la opinión pública y la posicionaron en contra de la intervención. Entre los militares estadounidenses comenzó a extenderse la impresión de estar luchando contra un enemigo en las trincheras del sudeste asiático

y contra otro dentro de la propia nación. Muchos percibían que la derrota comenzaba a fraguarse en las páginas de los diarios y en los noticieros de televisión. George Galloway, en *Military-Media Relationship*, escribe: "Una generación de soldados se irán a la tumba odiando a la prensa por lo que escribió".

En el año 1983, la invasión de Granada constituyó una victoria sin paliativos para los estadounidenses pero no se permitió a los centenares de periodistas desplazados hasta Barbados cubrir el conflicto. Sólo 15 de ellos pudieron visitar los frentes y rehusaron compartir su material por lo que la prensa no pudo informar de los detalles de aquella campaña. La reacción contra el ejército, reclamando el derecho del gran público a estar informado, fue inmediata y el Pentágono recuperó la idea de que en la guerra también existe un fren-

Goebels integró a los informadores alemanes en una descomunal máquina de propaganda bélica.

te mediático interno. Se eligió al general retirado Winant Sidle para realizar un informe que posibilitara a los medios de comunicación la cobertura de conflictos armados. Para ello Sidle trabajó conjuntamente con las principales organizaciones periodísticas de Estados Unidos entre las que estaban la American Newspaper Publishers Association, la American Society of Newspaper Editors, la National of Broadcasters y la Radio-Television News Directors Association. En 1984 se publicó una propuesta que contenía ocho recomendaciones entre las que figuraba el envío de *pooles* de periodistas a las zonas de combate cuando otras formas de acceso no fueran viables, con el fin de proteger su seguridad. El documento también establecía que los periodistas que viajaran deberían respetar las directrices establecidas por el Departamento de Defensa y que su violación constituiría la expulsión inmediata de la cobertura de la operación. Este es el momento que marca el nacimiento de la figura de los *empotrados* modernos: por primera vez, varias asociaciones de medios de comunicación independientes aceptan de forma expresa acatar las restricciones impuestas por el ejército con el fin de que se les permita el acceso a la primera línea de fuego.

El nuevo acuerdo tuvo su bautismo de fuego en 1989 en la invasión de Panamá, aunque la mala planificación y la desinformación hizo que

la prensa llegara con retraso y que fueran retenidos en la base aérea Howard. Sin embargo, Frank A. Aukofer y William P. Lawrence, en *America's Team: The Odd Couple-Report on the Relationship Between the Media and the Military*, afirman que ello sirvió para que el entonces jefe del Estado Mayor Conjunto, el general Collin L. Powell, enviara un mensaje a sus comandantes haciendo énfasis en la importancia de permitir a los medios la cobertura de las operaciones militares:

“Los jefes militares deben comprender que los aspectos mediáticos de las operaciones militares son importantes... y merecen su atención. La cobertura de la prensa y el apoyo de los *pooles* deben ser planificados simultáneamente con los planes de las operaciones y tienen que tener en cuenta todos los aspectos de la actividad operacional incluyendo el combate directo, la atención médica, los prisioneros de guerra, los refugiados, etc...”

La nueva predisposición del Pentágono y el pacto con los medios posibilitaron la mejora del sistema en Somalia y en la guerra del Golfo de 1991. Tras los atentados del 11-S y la intervención en Afganistán era evidente que las actuaciones militares norteamericanas en el exterior, en el marco de la guerra del presidente Bush contra el terrorismo, tenían muchas posibilidades de ir en aumento y que el sistema de *empotrar* a la prensa podía ser muy útil.

Viejos y nuevos 'empotrados'

Durante la última guerra de Iraq el sistema llegó a su apogeo. El Pentágono permitió a unos 660 informadores, de los que alrededor de 150 no eran estadounidenses, integrarse en las unidades que entraron en acción. Sin embargo, las críticas han ido en aumento. A pesar de que los corresponsales podían informar de lo que ocurría en primera línea del frente, los detractores del sistema argumentan que se ofrece una visión sesgada del conflicto porque la fuerza de los hechos que se describen y, en el caso de la televisión, el impacto visual de las imágenes, va en detrimento de un análisis más profundo. El público disponía de las impresionantes escenas que recogían las cámaras situadas en los blindados o de las obtenidas por los reporteros en las trincheras, pero eso, restaba tiempo y espacio a la explicación global la guerra. Así, se eliminaban de la agenda informativa temas más complejos referidos a explicar el marco general del conflicto, sus causas, las consecuencias sobre la población civil, la economía y los posibles perjuicios que podía ocasionar a las relaciones entre Washington y los países árabes.

Los periodistas debían respetar las exigencias que los mandos militares imponían en materia de segu-

ridad. Informar de aspectos operacionales como el objetivo de las misiones, los lugares concretos donde éstas se desarrollaban o los efectivos que participaban en ellas podía suponer la expulsión de los corresponsales, lo que en la práctica, suponía una forma de censura encubierta. El corresponsal de *The Christian Science Monitor* y el de Fox News, Gerardo

Rivera, fueron expulsados en pro de esas consideraciones. Esto hacía que muchos de los informadores *empotrados* desarrollaran una autocensura dedicada a evitar la retirada de su permiso o la reprimenda de sus superiores. De hecho tuvieron que aceptar una lista de 49 reglas, que puede consultarse en la página web de Reporteros sin Fronteras, para obtener su acredita-

ción. Sin embargo, un informe realizado por la BBC afirma que los *incrustados* de la cadena británica enviaron igual porcentaje de imágenes de iraquíes celebrando y rechazando la llegada de las tropas de la coalición a Bagdad. El mismo documento señala que fue en la redacción de Londres donde se prefirió emitir, en una proporción de siete a uno, las escenas que mostraban celebraciones en lugar de aquellas que reflejaban el rechazo de la población a los ocupantes. Marc Urban, de la BBC, llegó

Muchos de los 'empotrados' desarrollaron una autocensura para evitar la retirada del permiso.

a decir que el fracaso más importante de la cobertura de la guerra fue la imposibilidad de enseñar la realidad de lo que las fuerzas anglo-norteamericanas estaban haciendo con la infantería de Sadam porque fue allí donde se ganó la guerra y donde se produjo el 95% de la matanza.

Las imágenes de cadáveres mutilados o cuerpos deshechos fueron proscritas bajo el argumento de que no es necesario recrearse el morbo para informar con objetividad. Pero los que están en contra de este argumento afirman que las guerras llevadas a cabo por gobiernos democráticos se hacen en nombre y en interés del pueblo y que, por tanto, si la opinión pública apoya una guerra tiene obligación de asumir todas las responsabilidades, una de las cuales, es ver en televisión las consecuencias de los combates. Es decir, los muertos enemigos y los propios así como los sufrimientos de la población civil.

Christopher D. Tulloch, en *Corresponsales en el extranjero, mito y realidad*, afirma que se intentó neutralizar cualquier efecto negativo sobre la población al imponer un retraso de unos segundos sobre las imágenes en directo de las cámaras situadas en los blindados para después retirarlas paulatinamente. Tulloch recoge las impresiones de Robert Fisk, de *The Independent*, uno de los más críticos con el sistema, que no ha dudado en afirmar que los corresponsales integrados se hallan sometidos a una

censura para confundir deliberadamente a la audiencia de la BBC no sólo en Gran Bretaña sino en todo el mundo. Durante la campaña, el historiador Philip Khightly sólo encontró una crónica crítica con la actuación militar estadounidense que contradijera la versión oficial. Fue una información referida al 31 de marzo de 2003, cuando los soldados norteamericanos dispararon contra un vehículo matando a siete mujeres y niños publicada por el *Washington Post*. La versión de la Coalición mantenía que se habían realizado disparos de advertencia pero el *empotrado* William Branigin afirmó que no fue así y que el número de muertos ascendía a 10. La crítica de la actuación de los propios ejércitos es otro de los obstáculos que deben superar los periodistas.

El hecho de que durante una guerra un medio que adopte una línea demasiado dura puede ser percibido como antipatriota por el público y traducirse en un descenso de la audiencia o de la venta de ejemplares. Dicho de otra forma: la autocensura puede ser rentable pero el deseo de la opinión pública de no saber o de saber sólo aquello que quiere escuchar no justifica, en una sociedad democrática, que se oculte la verdad de lo que sucede aunque ésta sea desagradable.

También se ha hablado del síndrome de Estocolmo de los periodistas, un fenómeno por el cual el hecho de que los *empotrados* vivan las mismas

Viejos y nuevos 'empotrados'

circunstancias y los mismos peligros que las tropas y de que en cierto modo su seguridad dependa ellas, hace les sea difícil narrar los hechos con objetividad. Gran número de estudiosos de la comunicación han llamado la atención sobre la utilización de la primera persona del plural –nosotros, nuestras tropas– en las crónicas. Christiane Amanpour, durante años la corresponsal estrella de la CNN, resta importancia al uso de este lenguaje patriótico con el argumento de que los reportajes van dirigidos a las tropas o al público norteamericano, si bien advierte del peligro que supone.

La seguridad de los periodistas es otro de los argumentos que con más frecuencia se esgrime a favor del sistema. Sin embargo, 4 de los 13 periodistas muertos en Iraq durante 2003 eran *empotrados*; entre ellos estaba el español Julio Anguita Parrado. Un número muy elevado para un conflicto de tan corta duración.

Por otra parte, los informadores deben tener en cuenta que las unidades a las que acompañan son un objetivo militar legítimo según la Convención de Ginebra y que, por tanto, ellos se convierten en blancos potenciales y pueden perder la protección jurídica que les brinda la legislación internacional. En este sentido resultan impresionantes las palabras de Stuart Hughes, productor de la BBC, quien perdió una pierna al pisar una mina en Iraq y que a pesar de ello

mantiene que los periodistas deben asumir el riesgo que conlleva su trabajo en el frente del mismo modo que lo hacen los militares. Profesionales como John Simpson, redactor jefe de Internacional de la cadena pública británica, o Robert Menard, secretario general de Reporteros sin Fronteras, afirman que los informadores que trabajan fuera del sistema son los más perjudicados porque se enfrentan al rechazo de ambos bandos y en especial de las tropas de la Coalición. De hecho, muchos no *empotrados* se quejaron de que la policía militar estadounidense les negó su entrada desde Kuwait y de que fueron detenidos clandestinamente.


La multitud de empresas de seguridad privadas que trabajan en Iraq contratadas por la Coalición dificulta aún más la labor de los no *empotrados* que tienen que evitar no sólo la censura militar, sino también el control informativo de los mercenarios. Se trata de individuos contratados por la Coalición, a la que algunos medios de comunicación se refieren como contratistas, un término mal traducido, que induce al error y que proviene del inglés: *contractor*.

En octubre de 2003 un coche abandonado a las puertas del Teatro Nacional de Bagdad despertó las sospechas de la policía iraquí pues pensó que podía tratarse de un coche bomba. El ejército estadounidense acordonó la zona hasta que quedó claro que se trataba de una simple avería,

una rotura del cable del embrague del vehículo. El conductor, un anciano iraquí ataviado con la tradicional *kafiya*, había abandonado minutos antes el vehículo para buscar a un mecánico. El anciano intentaba dar explicaciones a los soldados mientras éstos le propinaban una buena ración de mamporros y se lo llevaban detenido. Acto seguido, varios individuos vestidos de civil y con chaleco antibalas y gafas de sol encañonaron a nuestro equipo de TVE, a otro de la televisión japonesa y a un *freelance* que grababan la escena. Tras examinar la documentación y sin bajar las armas requisaron todo el material audiovisual y en el habitual inglés con acento americano de los mercenarios –ese que se distingue porque no atiende a razones– dijeron que no se podía grabar nada que comprometiera la seguridad. El hecho pone de manifiesto que los informadores no sólo se enfrentan a la censura de las tropas, en muchos casos menos estricta, sino también a la de los mercenarios que trabajan en la sombra y sólo responden ante sus pagadores.

En este sentido, se ha llegado a sugerir que todas las dificultades que se pongan a la labor de los periodistas no *empotrados* contribuirían al éxito del nuevo sistema y por tanto al control de la información por parte de las autoridades. Si la prensa independiente da una versión de los hechos diferente a la oficial o que no responda a los intereses de las poten-

cias en conflicto, puede llegar a ser un auténtico quebradero de cabeza para los gobiernos que tienen que responder en las urnas ante los ciudadanos. Esto hace más peligrosa y difícil la labor de los reporteros de guerra. Aunque quizá sea aventurado, no faltan los que relacionan esta teoría con el bombardeo contra el Hotel Palestina, en el que murieron el cámara de Telecinco José Couso y Taras Protsyuk, de Reuters.

Para los medios de comunicación son muchas las ventajas que supone el hecho de que sus informadores acompañen a las tropas, pero no cabe duda de que nada vale esa información tan espectacular si está sometida al control o a la censura militar. No se trata de poner en entredicho la labor de los profesionales que han arriesgado sus vidas acompañando a las tropas pero, parece claro, que su contribución no es suficiente para cubrir todas las facetas de un conflicto. Sus aportaciones tienen gran valor pero es necesario complementarlas con las de otros compañeros que informen desde fuera del ámbito de las tropas y, a ser posible, en el caso de una guerra como la de Iraq, entre la población civil. Además, es necesario cubrir la faceta más importante y quizás menos espectacular de cualquier conflicto: hay que explicar cuáles son las causas y las consecuencias de la guerra, aunque eso signifique restar importancia a la imagen de impacto. 

Tribulaciones técnicas de un corresponsal

En los países del Oriente Medio el teléfono era, en los años de la guerra de Beirut, un lujo raro. El vehículo habitual de la transmisión de informaciones y de crónicas era el télex, y las oficinas de las agencias de noticias internacionales, el punto de encuentro de corresponsales y enviados especiales.

TOMÁS ALCOVERRO

Llegué a Beirut por primera vez cuando todavía funcionaba el mítico tren del Orient Express y el autobús de la línea Nairn –de insólita carrocería, medio aerodinámica medio blindada– atravesaba el desierto entre Siria e Iraq porque aún no se habían concluido las obras del último tramo de la carretera, y llegaba a un Bagdad, remoto y provinciano... Entonces, sin duda –era el principio de la década de los sesenta, con el *rais* Nasser de Egipto recién fallecido–, Beirut, la “Ciudad alegre y confiada” del Mediterráneo Oriental, era el centro de la prensa y de la información árabe e interna-

cional no sólo de esta región levantina sino de la península Arábiga, incluso de los países arabizados e islamizados del norte de África. Los corresponsales occidentales habían hecho de la capital libanesa su despacho y su residencia habitual, por muy variadas razones desde su inusitado ambiente de libertad, su diversidad cultural, hasta su red de comunicaciones, la mejor del Oriente Medio. En las oficinas de las agencias internacionales de noticias como la AFP, Reuters, Associated Press, UPI se reunían o por lo menos coincidían muchos corresponsales extranjeros, permanentes o de paso, en primer

Tomás Alcoverro, decano de los corresponsales de *La Vanguardia* en el extranjero, vive en Beirut desde hace 40 años.

lugar debido a sus aparatos de télex desde donde podían enviar sus crónicas. Los operadores locales perforaban las cintas copiando escrupulosamente los textos sin saber a menudo ni una jota de las lenguas en que estaban escritos. Mis crónicas llegaban a la oficina de la agencia UPI en Madrid, vecina al edificio de las Cortes, de donde las transmitían, siempre por télex, a la Redacción del periódico en Barcelona.

El télex era el medio más utilizado para la transmisión de los despachos periodísticos. Recuerdo las crónicas de Cristóbal Tamayo, corresponsal de *La Vanguardia* en Atenas en los años sesenta (el primer periodista español que viajó a las montañas del Kurdis-tán,

a lomos de una mula, para entrevistarse con el legendario caudillo nacionalista Barzani), pegando las palabras del texto, que yo tenía penosamente que separar, aislar, porque él estaba percatado de que de esta suerte ahorrraba dinero en la transmisión. Tamayo, un burgalés que escribía con un excelente estilo, y tenía además la costumbre de hacernos llegar reportajes, lo que se llaman “piezas intem-



© LA VANGUARDIA

Cristóbal Tamayo, corresponsal de 'La Vanguardia' en Atenas, fue el primer periodista español que viajó en mula a las montañas del Kurdistán para entrevistarse con el legendario caudillo nacionalista Barzani.

porales” en las redacciones, o todavía peor “crónicas de color”, por correo aéreo escritas a máquina en finas hojas de papel.

El teléfono, en los países del Oriente Medio, era en aquellos años un lujo raro. Una vez que había conseguido llamar desde El Cairo a Barcelona, la comunicación fue interrumpida, no me cabe duda, por un agente de los servicios de escucha egipcios, al no poder descifrar ni una palabra de la conversación que mantenía en catalán con María Teresa.

Fuera del Líbano la censura era el pan nuestro de cada día para los corresponsales extranjeros que informaban desde Egipto, Siria, Iraq, Arabia Saudí. Sus minis-

terios de Información exigían a veces la traducción completa de los textos en inglés o en francés si estaban escritos en otras lenguas, para dar su visto bueno tamponando cada una de sus páginas a fin de poder enviarlas por medio del télex. En 1972 efectué mi primer viaje a Bagdad en el autobús de la línea Nairn saliendo de Beirut y pasando por Damasco. Recuerdo la noche en que atravesábamos el des-

Tribulaciones técnicas de un corresponsal

ierto teniendo como puntos de referencia los faros iluminados de otros vehículos que avanzaban por sus pistas –ya dije que aún no se había rematado la construcción de la carretera– rumbo hacia la frontera iraquí, sin señalizar. Iba a Bagdad para escribir sobre los kurdos después de que el *mollah* Barzani hubiese firmado un acuerdo con el vicepresidente de la República, Sadam Huseín. Pero al llegar a la ciudad del Tigris coincidí con la histórica “nacionalización” de la Iraq Petroleum Company por el régimen baasista, gracias a la cual comenzó el espectacular desenvolvimiento económico, militar y cultural de la República. “El petróleo árabe”, gritaban en la larga calle Saadun, en la porticada calle Rachid, junto a los populares zocos, “para los árabes”. Después de la nacionalización por Nasser de la Compañía del Canal de Suez, fue el acontecimiento más destacado de la “nación árabe” para zafarse de los últimos vestigios económicos de la colonización occidental.

Escribí emocionadamente mi crónica –era el único corresponsal español en Bagdad– viendo los jubilosos manifestantes desfilando por el centro de la capital, escuchando el discurso del jefe del Estado, general Al Bakr, entre himnos y canciones patrióticas retransmitidas por la televisión, y me precipité en la oficina del Ministerio de Información para enviarla. No había en Bagdad ningun-

na agencia internacional de noticias con su preciado aparato de télex para mandar el artículo. Pero eran imprescindibles tantos trámites para pasar la censura, era necesario tanto tiempo para obtener la autorización oficial que, desanimado, estuve a punto de renunciar a mi trabajo. Si no hubiese sido por un diplomático europeo, que me ayudó a conseguir el último billete de un avión que despegaba por la tarde hacia Beirut, nunca hubiese publicado mi Información de primera mano. Llegué a tiempo a la oficinita de la UPI, con cuya agencia Augusto Assía había firmado un contrato, muchos años antes, cuando era el príncipe de los corresponsales de *La Vanguardia*, que nos permitía utilizar sus servicios, vale decir sus télex, así como sus informaciones, en el extranjero, y entregué el texto al operador libanés que, sin pérdida de tiempo, perforó la cinta destinada a mi periódico. Al día siguiente aparecía mi crónica fechada en Bagdad como enviado especial...

La tiránica dependencia del télex condicionaba frecuentemente el trabajo ya que había que elegir entre la seguridad de que las crónicas llegasen y llegasen a tiempo a la redacción, o la incertidumbre de desplazarse a un lugar desde el que no estuviese garantizada su transmisión.

Mi primera entrevista con Yasir Arafat la escribí en Ammán en aquel Septiembre Negro de 1970 en que

los *fedayin* palestinos y los soldados de la Legión Árabe del rey Huseín combatían en las callejuelas de sus colinas en una implacable guerrilla urbana. Agotadas mis tentativas de enviarla por el télex de la oficina de Correos en el centro de la ciudad, aún expuesta a los francotiradores, o de la Embajada española en la que el embajador Durán Loriga se desvivía en vano para conseguir la comunicación, la confié a un desconocido viajero, huésped de mi pequeño hotel, que salía aquella misma noche hacia Beirut. Al llegar a la capital libanesa inmediatamente la entregó a la UPI para transmitirla a mi periódico. Ante la completa imposibilidad de utilizar el télex, quedaba la difícil alternativa del teléfono. Cuando don Juan Carlos I, siendo todavía príncipe, visitó en 1972 Riad (Arabia Saudí), la comunicación con España era tan lamentable que me desgañitaba para deletrear cada palabra para que las copiaran los sufridos telefonistas. Nunca he dictado –cantado se decía– una crónica con tantos sudores, mientras al otro lado del teléfono el operador todavía me decía: ¡Tomás, no se te oye; grita más!”



© LA VANGUARDIA

Augusto Assía, en sus años de príncipe de los corresponsales de 'La Vanguardia', había firmado con la agencia UPI un contrato que nos permitía utilizar sus servicios, vale decir su télex.

Muchas veces había que contentar a las telefonistas, a los telefonistas, a las operadoras y operadores, con regalos o propinas. En Riad eran telefonistas tocados con sus blancas *kefias* los que debían conseguirnos la comunicación con España y recuerdo que les entretenía contándoles historietas o *noktas*, como dicen los egipcios, para aliviar su enervante trabajo y poder dictar mi crónica.

Poco a poco los grandes hoteles contaron con sus líneas telefónicas y de télex internacionales. Durante el bombardeo y asedio israelí del oeste de Beirut del verano de 1982, el Hotel Commodore, cuartel general de los corresponsales de prensa, ofrecía sus servicios de transmisión a los clientes.

Ésta fue una de las principales razones por las que los periodistas extranjeros se alojasen en aquel céntrico hotel del barrio de Hamra, cuya propiedad y dirección estaban en aquel tiempo en manos de influyentes palestinos. Durante los largos años de las sucesivas guerras entre 1975 y 1991, las agencias de noticias internacionales fueron desertando de la ciudad, ahuyentadas por el terror,

Tribulaciones técnicas de un corresponsal

por los secuestros, pero también por la falta de comunicaciones seguras, estableciéndose principalmente en Nicosia, en la vecina isla de Chipre. Yo fui uno de los contados corresponsales occidentales que permaneció en el oeste de Beirut.

Como la sede de Correos y Telégrafos de la capital estaba en la parte occidental de la dividida capital mal llamada musulmana, fueron los palestinos de Yasir Arafat los que durante su hegemonía del sector controlaban su funcionamiento. En el Hotel Alexandre de la zona habitada por la población cristiana, los corresponsales tenían sólo tres minutos para intentar conectar por su teléfono a sus redacciones, y si no lo conseguían debían dar paso a los que impacientemente esperaban su turno. El día en que Yasir Arafat y sus últimos compañeros salieron por mar de Beirut, en cumplimiento de los acuerdos impuestos por los israelíes sobre la evacuación de sus guerrilleros y de los miembros de las organizaciones políticas, no pude enviar mi crónica. Los pocos aparatos de télex que había en la parte occidental de la ciudad –como el del Commodore, en el pequeño cuarto detrás del mostrador de la Recepción– dejaron de funcionar.

Con unos colegas japonés e italiano decidimos atravesar el peligroso “paso del Museo”, con barricadas de milicianos y francotiradores, que separaba los dos sectores desgarrados

de la ciudad desde el principio de la guerra de 1975 para llegar a la localidad de Babada, en la parte cristiana ocupada por los israelíes donde el mando del ejército, el Tsahal, había instalado un centro de comunicaciones. Era nuestra única posibilidad de mandar las crónicas. A pie, en taxi, en vehículo militar de la Falange cristiana, alcanzamos la oficina de teléfonos y télex establecida en la sede del gobernador de la plaza. Anochece y faltaba poco tiempo para el cierre de las ediciones. El corresponsal japonés estuvo más de media hora pegado al teléfono, y cuando le tocó el turno al italiano, un napolitano cordial y vivaracho, la comunicación se cortó al poco de empezar a dictar, y no hubo forma de restablecerla. “Mamma mia”, grito desesperado, casi con las lágrimas en los ojos, ante los militares de Israel. La crónica sobre la evacuación de Arafat –una fecha histórica en la batalla de Beirut–, que tanto trabajo y tantas peripecias me había costado, sólo pude aprovecharla, actualizándola, un día después.

La interminable guerra de Beirut, el paraíso infernal de los corresponsales de prensa, de las décadas de los setenta y de los ochenta, fue “mi guerra”. Desde las ventanas de mi piso de la calle Commodore, al lado del hotel, escribí crónicas narrando la batalla campal entre los milicianos en la esquina. Todo estaba al alcance de la mano. Josep Pla repetía siempre que

es “más difícil describir que opinar”. La fascinación de la guerra de Beirut donde se cumplía a rajatabla el acto surrealista por antonomasia que según André Breton era salir a la calle y disparar sobre no importa quién, conmovió a una generación de periodistas. Lástima que entonces fueran tan difíciles las comunicaciones. ¡Cuántas angustias, cuántas frustraciones fuimos acumulando por falta de la seguridad en la transmisión! O quizá habría que decir todo lo contrario porque debido a su inestabilidad, a sus complicaciones, el trabajo del corresponsal era aún más desafiante.

La información instantánea, la hegemonía de las poderosas cadenas de televisión –incluidas Al Yazira y Al Arabiya–, el extendido uso del teléfono móvil, han confundido como ha escrito Ignacio Ramonet, la “información con la comunicación”. Internet se ha impuesto en casi todos los países del Oriente Medio, con algunas excepciones como en Irán o en Siria, y ha hecho estragos en Bagdad tras la ocupación estadounidense, donde ha florecido en cada esquina un cibercafé. Nuestro




© LA VANGUARDIA

La interminable guerra de Beirut de los setenta y los ochenta la escribí desde las ventanas de mi piso de la calle Commodore, narrando la batalla campal entre milicianos de la esquina.

trabajo “atípico”, como lo había calificado mi amigo Lluís Foix en su conferencia ‘Su excelencia el corresponsal’, ha cambiado profundamente. Las oficinas de las agencias de noticias ya no son frecuentadas por los corresponsales ni enviados especiales. Ensimismados en la navegación por Internet, sufrimos la tentación de hundirnos en un mundo informativo virtual.

He sido de los últimos en emplear todavía el télex en Beirut. No era un anacronismo porque tras los años de las guerras crueles, la red de comunicaciones, especialmente la telefónica, había quedado muy destruida. *Alo, alo Beirut* fue una popular canción libanesa que aludía a estas

penosas dificultades de comunicación.

En Beirut, indiscutible plataforma de la prensa árabe, sigo frecuentando la oficina de la Agence France Presse –soy francófono empedernido– y utilizo uno de sus ordenadores para enviar mis crónicas por correo electrónico a la Redacción de *La Vanguardia*. Beirut, pólvora y jazmín, es mi ciudad. 

Informar desde Iraq, una imprudencia temeraria

La posguerra se ha probado mucho más insegura que la guerra propiamente dicha. De la treintena de fallecidos de los medios de comunicación desde el inicio de las hostilidades, el 20 de marzo de 2003, al menos 16 han muerto en los 5 primeros meses de este año.

ÁNGELES ESPINOSA

Al poco de superar mis inicios como meritoria en *El País*, fui asignada al cierre. La dura escuela de la noche resultó fundamental en mi formación de editora, aunque también me deparó algunos malos entendidos. El portero nocturno de la finca donde vivía me sonreía con picardía cada vez que regresaba a las tres o las cuatro de la madrugada. Pasado el apuro inicial, contaba la anécdota a mis amigos haciendo el chiste fácil de que en realidad yo no quería hacer la noche sino la calle. No sabía entonces hasta qué punto ésa era la esencia de este

oficio de informar. Después de dos décadas de hacer la calle, en el sentido periodístico de la expresión, el pasado abril temí, por primera vez, que mi trabajo no fuera ya posible en Iraq.

¿Qué cambió entonces? Nada y casi todo. No hubo una hecatombe. La guerra oficial hacía un año que había terminado. La violencia, en aumento desde el mes de septiembre anterior, tampoco era una novedad. Y sin embargo, las calles de Bagdad se hicieron más hostiles y emprender las carreteras que comunican la capital con el resto del país se convirtió en una imprudencia temeraria. Iraq

Ángeles Espinosa, especialista de *El País* en Oriente Próximo y Asia Central, viajó por primera vez a Iraq en 1985, donde cubrió su enfrentamiento con Irán y la posterior Guerra del Golfo. Ha pasado allí 11 de los últimos 18 meses. Además, ha informado de los conflictos de Líbano, Palestina y Yemen.

se transformó en lo que la organización Reporteros Sin Fronteras (RSF) ha calificado como “uno de los lugares más peligrosos del mundo para los periodistas”.

Explicar ese cambio cualitativo resulta complicado. El peligro a fin de cuentas es una percepción, y como tal, subjetivo. Pero hay datos. El riesgo de ser víctima de un disparo o una bomba artesanal era aleatorio hasta abril. El periodista jugaba a la misma ruleta rusa que el resto de los civiles, iraquíes o extranjeros. Los mayores problemas de los informadores estaban vinculados a las fuerzas de ocupación, con las que no obstante uno siempre confiaba en poder entenderse a pesar de que varios incidentes (seis muertes y varias detenciones, entre ellos) pusieron en entredicho su moderación.

La posguerra se ha probado mucho más insegura que la guerra propiamente dicha. De la treintena de trabajadores de los medios de comunicación que han muerto en Iraq desde que se iniciaran las hostilidades el 20 de marzo de 2003, al menos 16 (12 de ellos iraquíes) lo han hecho en los cinco primeros meses de este año. Tal como constató Amnistía Internacional “el período posbélico ha estado marcado desde el principio por la ausencia de seguridad básica”. Aún así, los reporteros continuaron realizando su trabajo. Informar sobre conflictos nunca ha sido fácil ni nadie ha dicho

que lo sea. Cada uno toma sus medidas. Hasta dónde es posible.

Y eso es lo que cambió en abril. La sensación de que era poco lo que cada uno podía hacer para autoprotegerse. Con el sur chií inflamado por el cerco al líder populista Múqtada el Sáder y el oeste suní en pie de guerra por el bloqueo a Faluya, los más extremistas entre los insurgentes quisieron hacer del secuestro de extranjeros, militares o civiles, un arma de negociación. No se trataba, como ha sucedido en otros países, de americanos u occidentales; todos, incluidos asiáticos y árabes, nos convertimos en objetivo, una pieza de caza preciada para cualquier iraquí deseoso de mostrar su patriotismo o de buscar una recompensa.

El efecto caracol

Cierto que en ningún momento se ha singularizado a los periodistas sobre otras profesiones. Al contrario, su número resulta bajo en comparación con agentes de seguridad, contratistas o simples empleados de empresas diversas. Tres checos, dos japoneses y un francés fueron los únicos informadores entre el medio centenar de víctimas de la ola de secuestros de abril. Todos fueron liberados sin daño. Las posteriores retenciones de varios reporteros, entre ellos un español, apenas duraron horas, afortunadamente. Aún así, el giro en los acontecimientos, inclui-

do el aumento de los atentados contra intereses extranjeros, produjo un efecto caracol: replegarse en casa o en el hotel de turno, siguiendo los prudentes consejos de las cancillerías.

Y ahí radica el problema. Mientras para diplomáticos, cooperantes o contratistas proseguir su tarea desde el encierro de una oficina bajo vigilancia puede resultar difícil y frustrante, para los periodistas es sencillamente imposible. Las opciones de trabajo se redujeron a *empotrarse* con las tropas ocupantes o con la resistencia, dos alternativas fuera del alcance de la mayoría de los informadores, además de bastante discutibles como única fuente de información.

Cuando al salir de vacaciones a mediados de abril, reflejé en una crónica mi frustración por ese cambio, el jefe de Internacional de un importante medio español, se sintió ofendido. En su opinión, desacreditaba el trabajo de los colegas que se quedaban, entre ellos uno de sus colaboradores. Nada más lejos de mi intención. Me limitaba a reflejar las crecientes dificultades, que persisten a día de hoy. Lo que ese responsable no decía es que en su medio ningún miembro de plantilla quiere viajar a Bagdad, un destino que se ven obligados a cubrir con contratados al borde de la legalidad y la moralidad.

Más cínico resulta pretender que la gente está trabajando normalmente. Hay detalles que pasan desapercibidos al espectador, pero que los res-

ponsables periodísticos conocen. En la pantalla, la corresponsal de una prestigiosa cadena internacional hace su aparición habitual. Fuera de cuadro, dos hombres armados vigilan la grabación, mientras dos *land rover* blindados de color blanco esperan con el motor en marcha por lo que pueda suceder. La data de un conocido periódico reza Faluya, donde debiera decir Camp Faluya, porque su reportero se encuentra empotrado con los *marines* en esa base, sin acceso directo a la población local. Y las agencias hace semanas que han dejado de tener firmas anglosajonas o europeas sobre el terreno: en su lugar, reporteros locales, árabes u originarios de países musulmanes, utilizan su capacidad de pasar inadvertidos para mantener el hilo de la información.

Los periodistas, tanto extranjeros como iraquíes, hemos sufrido en este país todo tipo de agresiones: desde el asalto de bandidos y saqueadores hasta el acoso de las partes en combate (incluido el Ejército estadounidense). Sólo a raíz de los sucesos de abril, RSF advirtió de que “tal inseguridad de los profesionales de los medios de comunicación limita considerablemente su capacidad de proporcionar informaciones al público”. Los profesionales sobre el terreno reconocen con inquietud esta situación.

En una reciente cena en Kabul, la corresponsal en Afganistán de *The*

Washington Post me comentaba que había tenido que apoyar el despliegue informativo en Iraq en tres ocasiones durante el último año. “He notado una diferencia tremenda entre las dos primeras, en las que pude viajar libremente, y esta última, que he estado *empotrada*”, admitía. “No hay forma de comprobar el verdadero apoyo a la insurgencia y resulta más difícil informar sobre la gente real”.

Volver a la calle


“La agencia limita los efectivos y los desplazamientos por seguridad”, me escribía otra compañera en un *e-mail*. “Conociéndome, creo que la frustración es menor sabiendo que me pierdo muchas historias por estar en París que sabiendo que me las pierdo atrincherada en mi habitación de hotel de Bagdad”. La imposibilidad de hacer la calle no es una paranoia. “Ir por ahí haciendo reportajes es una barbaridad”, advierte un embajador europeo conocedor de los entresijos iraquíes. “Seguir el juego político en Bagdad es otra cosa”.

Siempre se puede trabajar. El problema es a qué precio. Los directores de algunos medios así lo han reconocido al posponer o condicionar los desplazamientos de sus reporteros. Ninguna noticia merece el precio una vida. Y a la vez sabemos que nuestra responsabilidad es informar. Difícil decisión cuando la carrera por estar en los sitios es muchas

veces más importante que lo que se cuenta en sí.

Dos meses después, la situación, sin mejorar, no ha empeorado. “Es cierto que hace algunas semanas que el ritmo de los secuestros se ha reducido”, admite una fuente diplomática, “pero también hay menos gente a la que secuestrar porque los civiles extranjeros se han convertido en un objeto exótico”. Las salidas de los reporteros se hacen así más llamativas. “Estás comprando muchos boletos para la lotería”, advierte un responsable de seguridad a uno de los pocos corresponsales europeos destinados en permanencia en Bagdad.

Quien tenga contactos de antes aún podrá trabajar como lo hicimos en las semanas difíciles del 4 al 18 de abril, es decir, con citas concertadas, movimientos imprescindibles y tirando de la precaria red de teléfono local. Lo que esta complicado es reportear. Salir a la calle, hablar con la gente y sentir el pulso.

La mayoría de los extranjeros (funcionarios, diplomáticos, contratistas e incluso algunos reporteros de televisión) se mueven por Iraq, incluido Bagdad, con protección armada. ¿Puede un periodista conseguir información normal haciendo entrevistas rodeado de tres fornidos guardaespaldas? Tal vez, pero Iraq no entrará en la senda de la normalización hasta que los periodistas no podamos volver a hacer la calle sin jugarnos la vida en ello. 

“Sin independencia, la BBC no tiene sentido”

Pese a las conclusiones del Informe Hutton, en la apreciación de la opinión pública británica el Gobierno salió de la crisis provocada por el ‘caso Kelly’ peor parado que la BBC. La gente consideró excesivo el castigo a la cadena pública y no entendió que el Gobierno y su entorno quedasen limpios. Y el público británico, según los informes y las encuestas, sigue valorando la imparcialidad y la independencia en la información como algo que hay que mantener.

ENRIQUE PERIS

El tópico de un antes y un después –aplicado en este caso a la BBC– es casi obligado al hablar de la crisis provocada por el *caso Kelly* y sus consecuencias para el futuro de la radiotelevisión pública británica. La BBC se encuentra en un momento crítico de su historia: el estatuto de la corporación –la *carta*, que garantiza su existencia misma, su independencia y su viabilidad económica y financiera– debe renovarse para el año 2006, y esa renovación (o revisión, como algunos lo plantean), se va a producir en un momento de cambios sociales impor-

tantes, de novedades trascendentales en el panorama audiovisual y de avances tecnológicos que están modificando sensiblemente el ámbito de las comunicaciones y, por extensión, los gustos, hábitos y costumbres de la audiencia de televisión.

El *caso Kelly*, con la sacudida política que desencadenó, se llevó por delante a la cúpula de la BBC del momento y, de paso, vino a poner sobre la mesa un debate enriquecedor sobre el papel y la necesidad, incluso en estos tiempos –o, quizá, de manera especial en estos tiempos–, de una televisión pública con carác-

Enrique Peris es corresponsal de Televisión Española en Londres.

ter de servicio público, independiente, políticamente neutral y objetiva e imparcial en sus informaciones, viable y autónoma desde el punto de vista económico e inmune a las presiones del poder, especialmente del poder político, es decir, del Gobierno.

Para muchos, lo que estuvo en el origen de la crisis, hace algo más de un año, fue simplemente el malestar del Gobierno, y su intento –a cargo, especialmente, de Alastair Campbell, el enérgico responsable de Comunicación de Tony Blair– de poner en entredicho a la BBC y atajar la visión crítica que el entorno del primer ministro atribuía a la corporación, sobre las causas de la guerra en Iraq y sobre los esfuerzos de Downing Street por buscar a toda costa argumentos que respaldase ante la opinión pública el ataque contra Sadam Huseín. Lo que parece claro es que, en ese caso, la BBC le dio a Alastair Campbell un buen pretexto con la información del periodista Andrew Gilligan, emitida en el programa *Today* de Radio 4 una mañana de finales de mayo de 2003: una aseveración hecha en directo por el propio Gilligan, en la que, improvisando, sin un guión escrito, venía a decir que el Gobierno de Tony Blair sabía, cuando hizo público el informe sobre la amenaza iraquí, que el dato de que Sadam Huseín podía poner en marcha sus armas de destrucción masiva en un plazo de 45 minutos era probablemente falso, y a pesar de eso decidió incluirlo en

EL PROTAGONISTA

Andrew Gilligan, de 36 años, llevaba en la BBC desde 1999, cuando lo ficharon para el programa *Today* de Radio 4, en el que ha trabajado todo este tiempo. Como reportero de la BBC ha viajado por unos 40 países, entre ellos Pakistán y Afganistán. Renunció a su puesto en el programa el pasado 30 de enero y ese día declaró: “Me voy por iniciativa propia, pero la BBC en su conjunto ha sido víctima de una gran injusticia”. Y continuó: “Si lord Hutton hubiera examinado exhaustivamente las pruebas que se le presentaron, habría concluido que la mayor parte de mi reportaje era cierta”. Aunque admitió que había cometido errores, y se excusó por ello, defendió la esencia de la historia. Además, dijo que el castigo a la BBC fue “desproporcionado respecto a sus errores y los míos, que no fueron premeditados”.

el dossier. Para que no quedase duda, Gilligan, un especialista en temas de Defensa en la BBC (radio), repitió su historia días después en un artículo en el periódico *Mail on Sunday*, y aquí contó además que su información procedía de “una fuente de los servicios de inteligencia”, la cual le había dicho también que el propio Alastair Campbell había sido el que había obligado a hinchar, o “adornar”, el informe del Gobierno sobre la amenaza iraquí para hacerlo más convincente ante la opinión pública (más *sexy*,

“Sin independencia, la BBC no tiene sentido”

según su propia expresión). Más tarde se supo que esa fuente era el doctor David Kelly, un experto en armamento y asesor del Ministerio de Defensa que no pertenecía, en realidad, a los servicios de inteligencia aunque tenía relación con ellos, y que, por su parte, negó ser el origen de la información de Gilligan tal como él la presentó.

A partir de ahí los acontecimientos se precipitaron de forma dramática. En una llamativa declaración ante una comisión parlamentaria, Alastair Campbell desacreditó expresamente la información de Andrew Gilligan y se quejó en tono áspero de la actitud general de la cadena pública en el asunto de Iraq. Gilligan se ratificó en sus afirmaciones y sus jefes en la BBC lo apoyaron y rechazaron las quejas procedentes de Downing Street. Pronto se vio que el Gobierno parecía muy determinado a demostrar públicamente que la información era inexacta, al menos en algunos de sus puntos, y así llegó a desvelarse la identidad de la fuente del periodista de Radio 4: el doctor Kelly, quien, abrumado por las circunstancias, viéndose señalado en el centro de un torbellino político-periodístico que lo superaba y cuestionado en todos los medios sobre lo que había dicho y lo que no había

dicho, se suicidó, cortándose las venas, en un bosquecillo cercano a su casa de Oxfordshire.

Cuando parecía que la imagen de Tony Blair y de su entorno podría salir robustecida de ese enfrentamiento con la cadena pública, la muerte del científico fue una sorpresa demoledora. Al doctor David Kelly se lo vio como la víctima en una batalla descarnada entre el Gobierno y la BBC con la guerra de Iraq como fondo, y ambos bandos –la corporación pública y el Gobierno Blair, pero sobre todo este último– resultaron muy tocados en ese episodio. La salida para el primer ministro, en uno de los momentos más duros de su mandato, fue anunciar una investigación rápida, rigurosa e independiente –que correría a cargo del veterano y prestigioso juez lord Hutton–, y prometerle todo su apoyo y colaboración.

Casi dos meses de audiencias públicas, la declaración de más de 70 testigos, entre ellos el propio primer ministro y los responsables de los servicios de espionaje, una larga meditación y una laboriosa redacción a cargo del juez, dieron como fruto, medio año después, el célebre Informe Hutton, que se ha convertido en una pieza discutida y con-

La primera información de Gilligan en Radio 4, improvisada, sin guión previo, sirvió al Gobierno para poner en entredicho a la BBC.

trovertida como pocas en su género. Tal como lo había advertido claramente al iniciar su trabajo (“yo marcaré y decidiré por mí mismo los límites de mi investigación”), el juez Hutton restringió esos límites según su criterio y no entró a valorar los motivos del Gobierno para ir a la guerra, o la veracidad o no de los informes de inteligencia en los que el primer ministro decía basar sus razones. Así, las conclusiones de su informe venían a ser un durísimo castigo a la actuación de la BBC en el caso *Gilligan*, mientras el Gobierno salía prácticamente indemne. Según su dictamen, la información que facilitó el Gobierno sobre la amenaza iraquí era consistente con la inteligencia que había recibido sobre la situación en Iraq, y ello “independientemente de que con posterioridad se considerara que el informe en el que se basó la afirmación sobre los 45 minutos no era fiable”.

Así, el juez llegaba a la conclusión de que –al margen de otras consideraciones– la información emitida esa mañana de mayo por Radio 4 era infundada, por cuanto que daba a entender a quien la escuchara que el dossier sobre Iraq elaborado por el Gobierno había sido maquillado con datos de inteligencia de los que se sabía que eran falsos o dudosos: “Y ese no es el caso”, dictaminaba lord Hutton. Además, el juez hacía extensiva la crítica a los sistemas de control editorial de la BBC por no haber sido capa-

ces de evitar que esa “información sin fundamento” saliera al aire.

Lo que al principio fue simplemente una sorpresa por la dureza de la crítica a la BBC, pronto dio paso a expresiones de solidaridad con la cadena y de rechazo más o menos contundente a las conclusiones del juez Hutton, que muchos consideraron desequilibradas, demasiado benévolas con el Gobierno e injustamente inclementes con el trabajo de la radiotelevisión pública. Y, sin embargo, aún dejando aparte las quejas del entorno de Blair, el hecho es que las críticas a la BBC por su actuación en el caso *Gilligan* no eran nuevas. Críticas aún más duras se habían podido escuchar unos días antes de hacerse público el informe del juez... ien la propia BBC! El 21 de enero, miércoles, se emitió en BBC One una edición especial de *Panorama*, el programa estrella del periodismo de investigación de la cadena, dedicada a analizar las circunstancias y las secuelas de la controvertida información de Andrew Gilligan en Radio 4. “Una lucha a muerte” (*A fight to the death*), era el expresivo título del reportaje, firmado por John Ware, un veterano y muy prestigioso periodista de la casa, un auténtico peso pesado, que en un ejercicio de implacable crítica interna venía a poner de manifiesto los errores cometidos por la BBC en el asunto, la falta de rigor de las afirmaciones de Andrew Gilligan y la responsabilidad directa de los man-

“Sin independencia, la BBC no tiene sentido”

dos de la cadena (el jefe de Informativos, Richard Sambrook; el director general, Greg Dyke, y el *chairman*, Gavyn Davis) por no comprobar si había razón en las quejas del Gobierno en este caso, y por su descuido y dejación al respaldar la versión de Gilligan –del que se decía que tenía cierta tendencia a tomarse peligrosas libertades a la hora de contar sus noticias, y que ya había sido reprendido en el pasado por ese motivo–, sin detenerse a verificar escrupulosamente sus datos, revisando y comprobando sus notas. Hay que decir que, al contrario que lord Hutton en su informe, que iba a hacerse público sólo unos días después, el reportaje de *Panorama* dejaba también muy evidentes los pecados del Gobierno y sus maniobras para presionar y estrujar a los servicios de inteligencia en busca del material más convincente sobre Iraq, del más llamativo, del más conveniente, en definitiva, para sus intentos de justificar el ataque.

Aunque muchos han visto esa especie de autocrítica de *Panorama* como un reflejo de la salud profesional y de la independencia de la BBC, hay que subrayar que el *asunto Kelly* ha provocado, también, una considerable crisis interna y ha puesto de manifiesto cierta división entre los profe-

sionales de la corporación que han vivido en los últimos meses una sensación de abatimiento, humillación, pesimismo y temor sobre el futuro de la cadena.

La dimisión, a consecuencia del Informe Hutton, del presidente del Consejo de la BBC, Gavyn Davis, y sobre todo la dimisión a regañadientes del director general, Greg Dyke, un profesional muy popular en la casa, fueron acogidas con protestas, concentraciones y manifestaciones de solidaridad con Dyke por parte de grupos nutridos de trabajadores de la corporación, gestos de simpatía y apoyo que se convertían por extensión en expresiones de rechazo a las conclusiones del juez Hutton. El propio Dyke no se reprimió en proclamar que no estaba de acuerdo con esas conclusiones del magistrado y que él no veía de qué tenía que arrepentirse la BBC. Y

eso que, en un intento de poner fin a la crisis, y para dar satisfacción al Gobierno, el nuevo responsable en funciones de la cadena, lord Ryder, se había apresurado a pedir disculpas, “de forma incondicional”, por los errores cometidos en el *caso Kelly*. Y cuando a Mark Byford, el hombre que tras la dimisión forzada de Greg Dyke fue

Sensación de
abatimiento,
humillación,
pesimismo y temor
sobre el futuro
de la cadena entre
los profesionales de
la BBC.

designado director general en funciones, le comentaron en el curso de una entrevista que, después de todo, muchos tenían claro que la información difundida por Andrew Gilligan a través de Radio 4 era “mostly right” (es decir, “cierta en su mayor parte”), Byford respondió con una frase rotunda: “Mostly right isn’t good enough for the BBC” (“que sea cierto en su mayor parte no es suficiente para la BBC”), con la que venía a desautorizar implícitamente la actuación de su antecesor.

La cuestión parece ser hasta dónde debe llegar la autocrítica de la cadena, y si el error Gilligan fue una torpeza o un descuido circunstanciales, o algo más.

La verdad es que la BBC ha sido una leyenda y una referencia mundial por su independencia –no es la primera vez que sus informaciones resultan incómodas y hasta irritantes para los gobiernos– y también, y en la misma o mayor medida, por su rigor y fiabilidad. Junto a ello, a veces se le atribuía cierta lentitud y pesadez. Lo suyo no era dar las noticias rápidamente, antes que nadie, sino dar noticias fiables y contrastadas que todos reconocían y admitían como tales sin dudarlos. En los últimos años, con la proliferación de las cadenas de noticias y la competencia de los canales de información continua, las cosas han cambiado algo, y en términos generales ya no basta con ser riguroso: hay que ser rápido, hay

que intentar adelantarse y dar primicias, exclusivas, *scoops*, y hay que ser más audaz y hasta abiertamente agresivo con el Gobierno, con los partidos o con los organismos de poder.

¿Ha sido el error Gilligan fruto de esa nueva tendencia a dar noticias, informaciones o deducciones ciertas en su mayor parte, o probablemente ciertas, aunque no estén del todo comprobadas?

Tras su renuncia, no espontánea, Greg Dyke ha denunciado las presiones constantes y los intentos, por parte del Gobierno de Tony Blair, de intimidar a la BBC por su tratamiento de la guerra contra Iraq: eran acusaciones directas contra el entonces asesor más directo de Blair, Alastair Campbell, quien dimitió semanas después del suicidio del doctor Kelly, y que, según Dyke, intentaba sistemáticamente que la cadena informara de lo que él quería. Eso explicaría la resistencia a rectificar o a reconocer errores en el *asunto Gilligan*, la supuesta cerrazón de los responsables de la BBC durante la crisis, como una actitud de firmeza e independencia ante las presiones del poder.

En cambio, el ex director general de la corporación, John Birt, cuya gestión, muy polémica, ha marcado la historia reciente de la BBC, ha dicho de manera contundente que el origen de la crisis fue una pieza de “periodismo chapucero” (en referencia a la información de Andrew Gilligan) que nunca debió ser emiti-

“Sin independencia, la BBC no tiene sentido”

da y que nunca debió ser defendida y apoyada por los responsables de la BBC. Bien es verdad que John Birt pasa por la cabeza visible de los que defienden que la corporación no debe competir con otros medios –por ejemplo, con los periódicos– en cuanto a conseguir y lanzar exclusivas, o en cuanto a audacia o espíritu crítico hacia el Gobierno.


Pese a las conclusiones del Informe Hutton, es de destacar que, en la apreciación de la opinión pública, el Gobierno salió de la crisis peor parado que la cadena pública. La gente consideró excesivo el castigo a la BBC y no entendió que el Gobierno y su entorno salieran limpios. Y el público británico, según los informes y las encuestas, sigue valorando la imparcialidad y la independencia en la información como algo que hay que mantener.

El Gobierno –¡cómo no!– ha asegurado que tiene el mayor interés en asegurar y garantizar la independencia de la BBC. El proceso que se abre para renovar el estatuto de la corporación –y que le ha permitido mantener su autonomía financiera, desde su creación en los años 20 del siglo pasado, mediante el sistema de canon o licencia por la posesión de un recep-

tor– mostrará si esa promesa es sincera, y si la BBC puede mantenerse como esa gran referencia que hoy es (una auténtica “piedra angular de la cultura británica”, según el periódico *The Guardian*), fiel a ese triple objetivo de informar, educar y entretener.

Los nuevos responsables de la BBC proceden de Channel 4, la otra cadena pública, que se financia con publicidad y que se caracteriza por sus contenidos avanzados.

El nuevo presidente de la corporación, Michael Grade, elegido a raíz de la crisis que ha hecho temblar a la Old Lady, lo ha dejado bien claro: “Sin independencia, la BBC no tiene sentido”. Tanto él como el nuevo director general, Mark Thomson, son hombres de la BBC que han pasado los últimos años como altos ejecutivos de Channel 4, la otra cadena pública británica, de carácter comercial, que se financia con publicidad y que se caracteriza por sus contenidos avanzados, chocantes a veces, y

hasta provocadores. No parece que Michael Grade y Mark Thomson vayan a apostar por una BBC dócil o acobardada. Y tampoco van a renunciar a competir por la audiencia. Todo indica que intentarán hacer compatible la legendaria fiabilidad de la cadena con el dinamismo que imponen los tiempos. Sería deseable que lo consiguieran. 

La actividad informativa, ¿oficio o profesión?

Si no queremos una sociedad desinformada, y por tanto menos libre; inculta, y por tanto violenta; e intolerante, y por tanto agresiva, es aconsejable poner un mínimo de orden, aunque sea administrativo, en quienes -medios y personas- hacen real y posible el fundamental derecho, individual y social, a recibir información.

TEODORO GONZÁLEZ BALLESTEROS

La sociedad reconoce, y así se interpreta constitucionalmente, que el periodista, en el contexto del medio de comunicación, es la persona que nos hace efectivo el derecho fundamental a estar informados que tenemos los ciudadanos. A modo de semejanza cabe recordar que nuestro derecho constitucional a la protección de la salud nos lo han de hacer posible, también, los miembros de las profesiones sanitarias, y el derecho al asesoramiento y defensa jurídica corresponde a los juristas. La trascendencia esencial de la labor informativa radica en que por medio de ella podemos ejer-

cer el derecho público más importante que en un régimen de convivencia democrática se reconoce a la persona: el derecho de participación en los asuntos públicos.

La información es un bien jurídico personal y colectivo, reconocido y protegido en el espacio universal a través de la Declaración Universal de Derechos Humanos de 1948 y el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos de 1966; continentalmente, por medio del Convenio Europeo de 1950; y en el específico ámbito español, en la Constitución de 1978, aparte de otra larga serie de textos y declaraciones que inciden en

Teodoro González Ballesteros es catedrático de Derecho de la Información.

¿Oficio o profesión?

su necesidad y relevancia. En la actualidad, uno de los referentes para admitir a un país en el Consejo de Europa, y en algunos otros organismos internacionales, es la situación, reconocimiento y protección que en el mismo tienen las libertades de opinión y de información. La eficacia legal de este derecho de libertad trasciende las fronteras de los estados y, en el caso concreto de Europa, su violación puede ser planteada ante el Tribunal Europeo de los Derechos Humanos con sede en Estrasburgo. No se trata, por tanto, de un bien jurídico ordinario de pacífica protección legal, sino de un derecho de libertad, humano, fundamental y constitucional, que es inalienable, irrenunciable e imprescriptible, capaz de convertir a los súbditos en ciudadanos y cuyo libre ejercicio certifica la existencia del régimen de existencia democrático.

Pues bien, este “súperderecho” nos lo hace efectivo el sujeto cualificado de la información, o periodista, a través de los medios de comunicación social, trabajador laboral por cuenta ajena, al que legalmente no se le exige requisito legal alguno para desempeñar su función, más allá de la destreza propia del oficio, evaluable *prima facie* por quien le contrata. En los ejemplos precitados, el médico precisa estar en posesión del título académico de licenciado en Medicina y el letrado ser licenciado en Derecho. El ordenamiento jurídi-

co español no exige condición habilitante alguna a quienes deseen ejercer la actividad informativa, por muy fundamental y trascendente que sea su misión social; basta, jurídicamente, que un empresario de comunicación contrate a una persona para convertirla en periodista.

La memoria histórica, probablemente con razón, rechaza cualquier sistema de regulación de la actividad periodística. Desde la Real Orden de 9 de septiembre de 1924, que creaba la Tarjeta de Identidad del Periodista, expedida en Madrid por la Dirección General de Seguridad y en provincias por los gobernadores civiles, hasta la Ley de Prensa e Imprenta de 18 de marzo de 1966, pasando por la Ley de 23 de agosto de 1926, que aprobaba el Código de Trabajo, y definía a los periodistas como “aquellas personas que figurando en las plantillas de redacción de los periódicos o agencias periodísticas, reúnan alguna de las siguientes circunstancias: ser socios activos de la Asociación de la Prensa, Asociación Profesional de Periodistas o Sindicato de Periodistas; ser autores de artículos, reportajes o trabajos originales que se publiquen con frecuencia o con normalidad en el periódico o ser aportadores al periódico de cualquier labor intelectual”; la Ley de Prensa de 22 de abril de 1938, que en su art. 15 creaba el Registro Oficial de Periodistas; el Decreto de 6 de mayo de 1964, que creó el Estatuto de la Profesión

Periodística, “recreado” después de la Ley de 1966 mediante el Decreto de 13 de abril de 1967, según el cual “a todos los efectos legales es periodista quien esté inscrito en el Registro Oficial de Periodistas (“Sólo serán inscritos quienes estén en posesión del título de periodista, que únicamente se obtendrá una vez aprobados los estudios en alguna de las Escuelas de Periodismo legalmente reconocidas...”), hay un largo camino de desconfianzas y vasallaje frente al poder político fundado en experiencias de control y sometimiento. Por tanto, la historia no es una aliada de la que nos podamos fiar, porque recordemos, según nos enseña Balmes, que sólo ilumina el pasado, no el futuro.

Es verdad, como sostienen quienes afirman la no-necesidad de regulación, que la profesión informativa no aparece reconocida en la Constitución. Pero no es menos cierto que tampoco está la de abogado o médico. Lo que sucede es que hay una serie de textos legales propios de esas profesiones en donde se dispone los requisitos que han de reunir quienes pretenden ejercerlas, y si alguien realiza actos propios de las mismas sin poseer el correspondiente título académico incurrirá en el delito de intrusismo previsto en el art. 403 de nuestro Código Penal. En el caso de la información, ése texto legal normativizador de la actividad, no existe. Sin embargo, es la única actividad profesional, de las previstas en la

Constitución, a la que ésta reconoce, específicamente, dos derechos: el secreto profesional y la cláusula de conciencia. Derechos que reclaman unos sujetos cualificados, y que en principio no podemos ser todos los ciudadanos, sino aquellos que hacen de la emisión de informaciones su actividad profesional. Es cierto que el art. 20.1.d) no dispone condición alguna para emitir información, pero ello no quiere decir que cualquiera

Vacío legal

El ejercicio del periodismo carece de regulación jurídica en España. Sin embargo, es la única actividad profesional a la que la Constitución reconoce, específicamente, dos derechos: el secreto profesional y la cláusula de conciencia.

esté capacitado técnicamente para hacerlo, porque sólo quienes ejercen esa profesión pueden ser titulares del secreto y de la cláusula. Distinguir entre sujeto-fuente de información y sujeto-emisor, tal vez ayudaría a no hablar del espacio infinito sin conocer las estrellas.

El Tribunal Constitución, interprete supremo de la Constitución y

¿Oficio o profesión?

cuya jurisprudencia es fuente de derecho en nuestro ordenamiento jurídico, se ha referido en repetidas ocasiones al profesional de la información. Así, por ejemplo, la STC. 6/81, de 16 de marzo, dice: “El profesional de la información ocupa un lugar preponderante en el proceso informativo con una mayor protección jurídica, ya que ejerce como instrumento de la libre información”; en la STC. 105/83, de 23 de noviembre, señala: “El profesional del periodismo es sujeto, órgano e instrumento del derecho a la información, puesto que a él concierne la búsqueda de la información y su posterior transmisión”; o la STC. 199/99, de 8 de noviembre, que nos aclara: “Si bien la jurisprudencia constitucional ha reconocido como titulares de la libertad de información tanto a los medios de comunicación, a los periodistas, así como a cualquier persona que facilite la noticia veraz de un hecho y a la colectividad en cuanto receptora de aquélla, ha declarado igualmente que la protección constitucional del derecho alcanza su máximo nivel cuando la libertad es ejercitada por los profesionales de la información a través del vehículo institucionalizado de formación de la opinión pública, que es la prensa entendida en su más amplia aceptación”.

La regulación de la actividad informativa viene siendo, también, una pre-ocupación de los colectivos profesio-

nales afectados. Baste, como ejemplo, recordar la 55ª Asamblea General de la Federación de Asociaciones de la Prensa, celebrada en Cádiz en mayo de 1996, que acordó la conclusión de que: “a las Asociaciones de la Prensa y a la FAPE les corresponde un papel esencial en la función de acreditar a quienes están capacitados para acceder a la profesión”; o la II Convención de Periodistas, que tuvo lugar en Valladolid en mayo de 2000, en donde se elaboró un Estatuto del Profesional.

Tampoco debe obviarse, si de reflexionar sobre la profesión periodística se trata, el recordar que actualmente hay en España 16 centros de enseñanza universitaria, en donde puede cursarse la licenciatura de Periodismo, o Ciencias de la Comunicación, y en los que se titulan anualmente alrededor de 6.000 personas, a quienes legalmente se les habilita para ejercer una profesión *per se* inexistente. No sería injurioso hablar de un cierto engaño social, auspiciado por los Poderes Públicos.

A la hora de plantearse la conveniencia de regular la actividad informativa, reconocida y protegida constitucionalmente, hay que partir del hecho indiscutido e indiscutible de su influencia social y de que vivimos en la sociedad de la comunicación. Los ciudadanos están formalmente cercados por mensajes de información, de opinión, de publicidad y de propaganda, cuando se consigue dife-

renciar a unos de otros. Y las empresas, titulares de los medios, han pasado de ser negocios familiares con vocación informativa a convertirse en multinacionales de la comunicación que tienen el lucro mercantil como finalidad y la difusión como argumento. La información en tanto que “servicio público” ya es parte de las utopías legendarias. Desgraciadamente, la sociedad se está acostumbrando a que, junto a prestigiosos profesionales del periodismo, cualquier analfabeto funcional sobrevenido, autotitulado periodista, pontifique desde el papel impreso o las ondas hercianas las bellaquerías propias de su páramo intelectual, en menosprecio y descrédito de una actividad que por sus consecuencias merece un gran respeto social.

Diferenciar unos de otros supondría prestar un importante servicio, no sólo a la profesión, sino a la propia colectividad. Y mientras, los llamados poderes públicos, quienes los representan y sus circunstanciales, se niegan a reglamentar una función de insoslayable repercusión pública. Nos encontramos, por tanto, con una actividad de fundamental relevancia social que carece de protección jurídica alguna, distinta de cualquier otra laboral por cuenta ajena, que legalmente no se reglamenta por miedos ancestrales y por inconfesables prevenciones de futuro.

Llegados a este punto podemos colegir, de una parte, la trascenden-

tal función social de la actividad informativa; su reconocimiento legal, nacional e internacional; el amparo que le otorga el Tribunal Constitucional; y la constante preocupación que colectivos de profesionales de la información vienen mostrando ante la situación actual. Sin olvidar que su reglamentación no lesionaría derechos ajenos. Y de otra, el que en la actualidad todos somos profesionales de la información, y nadie puede ser, jurí-

Engaño social

Actualmente hay en España 16 centros de enseñanza universitaria en donde puede cursarse la licenciatura de Periodismo, o Ciencias de la Comunicación, y en los que se titulan anualmente alrededor de 6.000 personas, a quienes legalmente se les habilita para ejercer una profesión ‘per se’ inexistente.

dicamente, informador profesional. No existe legalmente la profesión, al no condicionarse su ejercicio mediante condición habilitante alguna, pero sí la actividad de emitir información veraz, a cuyos sujetos (?) la Constitución atribuye unos derechos funda-

¿Oficio o profesión?

mentales de carácter instrumental.

¿Qué aportaría la reglamentación profesional de la actividad informativa? En principio, y fundamentalmente, a la sociedad, garantía de que el derecho constitucional a recibir información lo hacen posible personas con una formación y capacitación suficiente, al igual que en otras facetas sucede con los médicos o los abogados. A los sujetos que desempeñen la actividad, seguridad económica y jurídica, e independencia frente a quienes intenten violentar su desarrollo laboral. Y a los jueces y tribunales, clarificación de los sujetos jurídicos informativos.

El desarrollo tecnológico, maquinaria que empuja los avances sociales y por ende los jurídicos, exigirá, tarde o temprano y en primer término, una concreción de los medios de comunicación social. Presumiblemente existirán medios de información, de opinión, especializados, de ocio y entretenimiento, y de desinformación y desprestigio. En segundo, la clarificación, cualificación y regla-

mentación de las personas que trabajan propiamente en la actividad informativa. Es decir, quienes intelectual y creativamente actúen en la búsqueda y difusión de informaciones y opiniones, haciendo de esa actividad su principal fuente de ingresos.

Hoy la regulación sobre quién es periodista, la están disponiendo los empresarios, que son parte del problema, pero no desean serlo de la solución. En un futuro pueden decidirlo los sindicatos, o las asociaciones profesionales. O también los poderes públicos a través del Parlamento, en donde se reside la soberanía popular que conforma el sujeto universal de la información.

Si no queremos una sociedad desinformada, y por tanto menos libre; inculta, y por tanto violenta; e intolerante, y por tanto agresiva, es aconsejable poner un mínimo de orden, aunque sea administrativo, en quienes –medios y personas– hacen real y posible el fundamental derecho, individual y social, a recibir información. ♦

Los medios de comunicación durante la crisis argentina

A pesar de que la recesión prácticamente es ya un capítulo cerrado, que la política va ganando un ritmo de normalidad y el caos ha quedado superado, queda aún mucho camino por recorrer.

AGUSTÍN DE GRACIA

El 8 de junio de 2001, en Buenos Aires, a la hora del desayuno, cualquier periodista podía sentirse orgulloso de su profesión. Una encuesta publicada ese día decía que los medios de comunicación ocupaban el tercer lugar entre las preferencias de los argentinos, con un 48% de aceptación, detrás de la Iglesia y de la educación pública.

El 17 de septiembre de 2002, después de la crisis más grave que le tocó vivir a Argentina en su reciente historia, a la hora del desayuno cualquier periodista podría preguntarse qué había pasado: otra encuesta decía que los medios de comunicación seguían en el tercer lugar, pero con un 27% de votos favorables. La cosa era peor, porque un 32% de los

encuestados dijo que tenía una imagen negativa del periodismo. A la crisis de credibilidad se sumaba una preocupación adicional: decenas de medios de comunicación habían desaparecido y muchos otros estaban en vías de extinción. Algo grave había pasado para que se llegara a esa situación.

Un repaso a los hechos

Entre el 19 y el 20 de diciembre de 2001, Argentina asistió al desbordamiento de una crisis económica, social y política que estalló con la salida del poder del presidente Fernando de la Rúa, quien dos años antes había llegado a la Jefatura de Estado como depositario de las esperanzas de la mayoría de los argentinos.

Agustín de Gracia es el delegado de la Agencia Efe en Buenos Aires.

La prensa argentina durante la crisis

Una recesión económica que se incubó en el segundo semestre de 1998 obligó a De la Rúa a buscar salidas en todos los ámbitos y a retrasar las medidas de cambio con las que convenció a los argentinos en las elecciones de 1999. Fueron varias las medidas económicas para remontar la herencia recibida de Carlos Menem, incluyendo algunas impopulares que generaron el enojo de la población, acostumbrada a vivir tiempos de una bonanza que en realidad se mantenía con endeudamiento y déficit en las cuentas públicas.

De la Rúa también atravesó divergencias internas en su coalición de gobierno que afloraron el 6 de octubre del 2000 con la renuncia del vicepresidente y su principal aliado, Carlos *Carlos* Álvarez, quien salió de la gestión pública dando un portazo, hastiado porque De la Rúa no supo o no pudo parar un escándalo de corrupción que había minado la imagen de renovación que le había llevado un año antes a la presidencia.

Los intentos desesperados que hizo De la Rúa para recuperar el poder se veían saboteados continuamente por la oposición peronista, poco proclive a buscar consensos y que también atravesaba sus propias luchas intestinas, y por unos sindicatos que convocaron una docena de huelgas durante el corto mandato de De la Rúa, que respondían en último término a quienes buscaban una interrupción anticipada del período presidencial.

Días antes de que De la Rúa abandonara en helicóptero la Casa Rosada, al fracasar su último intento por sumar a los peronistas al poder, una oleada de saqueos conmocionó a los argentinos y forzó la renuncia del entonces todopoderoso ministro de Economía, Domingo Cavallo. De la Rúa, que horas antes había sostenido que una salida de Cavallo no tenía por qué anticipar su propia salida, dimitió 24 horas después, dejando la presidencia en manos de un Congreso dominado por los peronistas y en el que comenzaron a desatarse los apetitos por el poder. La presidencia fue de unas manos a otras, hasta que el principal caudillo peronista, Eduardo Duhalde, recuperó el mandato que había dejado trunco De la Rúa.

La crisis de los medios

La crisis argentina tuvo especial impacto en los medios de comunicación, tanto económico como de credibilidad, porque no pudo escapar a la recesión que atravesaba toda la actividad económica, por un parte, pero tampoco al cuestionamiento público hacia cualquier estructura de poder que se resumió con el lema "¡Que se vayan todos!"

De acuerdo a un informe de la Asociación Mundial de Periódicos de mayo de 2002, Argentina tuvo la caída más pronunciada en la circulación de diarios en todo el mundo entre 1997 y 2001, y llegó al 35,8%.

Así lo resumió la Asociación de Entidades Periodísticas de Argentina (ADEPA), el 27 de septiembre de 2002: “La prensa argentina está de duelo. No puede ser de otro modo, cuando asistimos a la muerte lenta e inexorable de tradicionales publicaciones periodísticas. Muchos medios gráficos de pequeña o mediana magnitud están en vías de extinción, y algunos ya desaparecieron”.

Las principales víctimas fueron los medios de comunicación del interior del país, muchos de ellos acosados a vivir de la publicidad oficial y que perdieron su principal fuente de ingresos cuando el Estado entró en quiebra y la actividad económica no podía generar los suficientes recursos publicitarios para compensarlo. Tampoco pudieron sobrevivir a una presión fiscal que aumentó para intentar atajar la crisis en las cuentas públicas. “Esta asfixiante presión fiscal produjo la desaparición de numerosas publicaciones pequeñas, y seguramente debemos comenzar a lamentar otras muertes anunciadas”, afirmó ADEPA en un documento titulado *La prensa ante la crisis*, del 12 de abril de 2002.

Unido a ello, empresas periodísticas de mayor tamaño habían suscrito créditos en dólares porque en la Argentina anterior a 2002 se cambiaba en la calle un dólar por un peso pero las tasas de interés para conseguir un crédito del exterior se situaban a la mitad de lo que estaban en

Argentina. “La crisis de la economía, que ha devastado a los pobres pero que también ha desquiciado a las empresas, no hizo una excepción con el periodismo. Los medios cargan sobre sus espaldas con deudas contraídas en dólares en el exterior, cuando era más fácil y más barato endeudarse en los mercados internacionales”, afirmó el 28 de septiembre de 2002 el analista político y columnista Joaquín Morales Solá.

Los editores de periódicos no sólo estaban preocupados por la situación “agónica” de sus empresas, sino por el impacto que tenía en la sociedad esa crítica situación. “Con el cierre de publicaciones, no sólo pierde el sector periodístico. Pierden los ciudadanos, como consecuencia del debilitamiento de la pluralidad de la oferta informativa. Pierde la gente y la democracia”, decía ADEPA en su mensaje de septiembre de 2002.

Pero, ya para entonces, los medios de comunicación argentinos atravesaban también una crisis de confianza que no estaba tan ligada a los números como a la imagen que tenía en una sociedad que cada día se cuestionaba más cosas.

En la encuesta del 8 de junio de 2001 citada más arriba, la responsable de ese sondeo, Graciela Römer, aclaraba que en los tres años anteriores había habido una “merma de la confianza en los medios” a causa del “cuestionamiento generalizado de la opinión pública”. La justicia tenía

La prensa argentina durante la crisis

un 14% de simpatías, el Congreso el 12% y la clase política en general el 9%. Todo ellos por debajo de la credibilidad que tenían los militares, que llegaron al 26% en 2001, a pesar de que 18 años antes habían cerrado la dictadura más sangrienta de Latinoamérica. “Las funciones de representación están desvirtuadas en la sociedad, porque las instituciones están minadas en su credibilidad. En este contexto los medios se ubican como los brazos de la civilidad”, decía Römer cuando las cosas no iban tan mal para los periodistas.

Pero se pusieron mucho peor. Otro sondeo dado a conocer el 17 de septiembre de 2002 por la consultora Nueva Mayoría daba un 32% de imagen negativa a los medios de comunicación y sólo un 27% de votos favorables. En el 2000, la misma empresa había publicado otra encuesta en la que los medios de comunicación tenían un 49% de imagen positiva.

“Está bien que la sociedad empiece a tener una opinión crítica de los medios, porque durante largo tiempo estuvieron en un olimpo intocable”, decía el analista Nelson Castro al comentar esos números. El investigador Luciano Elizalde Acevedo apuntaba más arriba: “La crisis fagocitó a todos los agentes sociales. Como no hay actos responsables ni garantes, toda la sociedad está implicada pasivamente”.

Las cuentas le daban la razón: el mismo sondeo de Nueva Mayoría de

2002 decía que el Congreso y los sindicatos tenían un 0% de votos positivos, y la Justicia el 1%. Los militares, el 17%.

Al recordar ahora esa caída en la imagen de los medios de comunicación, el secretario general de Redacción del diario *La Nación*, Héctor D'Amico, coincide en atribuirle a la “volatilidad de la confianza” entre la sociedad. “El periodismo no quedó ajeno, por aquello de ‘Que se vayan todos’, los políticos, la presidencia... Pero yo no pondría la lupa sobre el periodismo”, dice D'Amico.

Ricardo Pipino, encargado de la división de Noticias de la empresa Artear, que incluye uno de los canales más importantes y otro dedicado exclusivamente a noticias, también considera “absolutamente ilógico” que los medios de comunicación quedaran fuera de esa crisis de credibilidad general. “Los medios fueron los que menos sintieron esa merma de prestigio”, recuerda ahora.

Fue un cambio brutal desde el papel de “justiciero” que asumió la prensa argentina durante el final del Gobierno de Menem (1989-1999), como recuerda D'Amico, al convertirse el periodismo en el depositario de un reclamo de la sociedad que sentía impotencia ante la ausencia de justicia.

“Carente de instituciones fiables, con un Estado que pasó del exceso de presencia al exceso de ausencia, la sociedad se volcó hacia los medios de

comunicación, como una instancia válida e insustituible del reclamo social”, afirmó el analista Morales Solá.

Ese papel fue reclamado aún más durante la crisis argentina, y eran frecuentes las llamadas a los medios de comunicación para que cubrieran “cacerolazos” que surgían espontáneamente en cualquier esquina de Buenos Aires para desafiar el poder político. “Por aquellos días fue común que los lectores llamaran a las redacciones de los diarios para preguntar si iban a informar de tal o cual manifestación. De lo contrario, se quejaban”, recuerda la periodista Susana Reinoso, columnista de medios de comunicación en *La Nación*.

De la Rúa y los medios

El papel de los medios de comunicación durante la corta gestión de Fernando de la Rúa llegó a ser cuestionado por los responsables del Gobierno a causa de los “excesos” de la sátira política. Pero son muchos los que dicen que el ahora ex presidente estaba tan obsesionado por lo que decía la prensa de él que en algún momento llegó a tener impacto en sus decisiones. “Fue otro de los presidentes argentinos que están obsesionados por cómo le iba la opinión pública”, dice D’Amico. “Muchos funcionarios toman decisiones con las encuestas en la mano”, sostiene Pipino.

La relación tensa entre el poder y

el periodismo se notó especialmente cuando, en julio de 2001, De la Rúa tuvo que salir al paso de rumores que hablaban de su salida anticipada del poder, algo que calificó de “delirio”. “Hay tantas posibilidades de que renuncie el presidente como de que renuncie Bush en Estados Unidos”, dijo por su parte el portavoz presidencial, Ricardo Ostuni.

La culpa de ello no la tenían sólo los medios de comunicación, sino también los propios políticos que rodeaban a De la Rúa. Por esas fechas, el diario económico *Ámbito Financiero* se hacía eco de versiones que hablaban de un reemplazo de De la Rúa por el dirigente de su propio partido Ángel Rozas. Este último rechazó tal posibilidad y dijo que no era ningún “golpista”, pero también le hizo flaco favor a De la Rúa: “Los acontecimientos, en gran medida, lo han superado”, dijo Rozas.

Existen coincidencias en que De la Rúa fue víctima de la falta de entendimiento entre el Gobierno y los medios de comunicación, a pesar de los intentos de sus portavoces. Con el fin de evitar esto, las autoridades idearon incluso un programa para que una cámara de televisión del canal estatal siguiera las actividades de los altos funcionarios, para que el grito de “Que se vayan todos” pudiera tener un contrapeso.

Pero lo que más hizo daño a De la Rúa, en su relación con los medios, no fueron su indecisiones, su pasivi-

La prensa argentina durante la crisis

dad y la falta de respuestas a los problemas que se le acumulaban, según los analistas, sino la imagen que generaba entre los humoristas, que llegaron a cebarse en él aprovechando las debilidades de su carácter.

Uno de los principales humoristas políticos de Argentina, Nik, lo retrataba vestido de soldado del regimiento de granaderos y con una almohada en lugar de mochila. Pero también retrata al ex presidente Eduardo Duhalde como un enano cabezón y al actual gobernante, Néstor Kirchner, como un pingüino narigón. Y, al parecer, sólo De la Rúa se dolía por su caricaturización. Los imitadores en televisión, además, encontraban motivos para fomentar la burla hacia su figura en niveles que, según muchos, superaban la necesidad de mantener cierto decoro.

“Los medios no se dan cuenta del daño que le hacen a un país con este tipo de jodas”, afirmó el 27 de junio de 2001 el hijo del presidente, Fernando Aito de la Rúa. “Creo que los medios están un poco sobrepasados”, agregó.

“Los humoristas decidieron insistir con De la Rúa porque lo veían temeroso. De la Rúa sufría muchísimo”, recuerda D’Amico. Ricardo Pipino coincide también y admite que la sátira política “puede ser muy dura, pero depende del criticado”. “En el caso de De la Rúa, creo que fue un lugar exagerado”, sostiene. Para Susana Reinoso, la prensa se ensañó

con De la Rúa “por su manifiesta falta de sentido del humor”, pero también porque no encontró un portavoz adecuado que pudiera contrarrestar la sátira política. “El humor argentino es bastante cruel por esa manía que tenemos de ‘reirnos’ de’ y no de ‘reirnos con’, como hace, por ejemplo, el humor británico”, agrega.

El mayor “papelón” que tuvo De la Rúa en su gestión, para intentar ganar simpatías públicas, fue cuando apareció en uno de los programas de televisión de mayor audiencia, *Videomatch*, conducido por Marcelo Tinelli. De pie, al lado de su imitador en el programa, De la Rúa se interesó por la familia del presentador de televisión, pero equivocándose del nombre de su esposa y de su número de hijos. Al terminar su intervención, intentó salir del estudio, en solitario, pero no encontraba la puerta, y la imagen de De la Rúa yendo de un lado para otro, al fondo del estudio, mientras el programa continuaba, fue repetida con saña en la televisión. “Fue patético”, recuerda D’Amico.

La televisión, así como el resto de los medios de comunicación, se le habían vuelto en contra a pesar de que fueron su principal apoyo para ganar las elecciones de 1999. Cansados los argentinos de la imagen de derrochador de Carlos Menem, la imagen de austeridad de Fernando de la Rúa convenció a los votantes, que lo eli-

gieron como depositario de los cambios que la sociedad estaba reclamando.

De la Rúa aprovechó ese contraste y explotó las críticas con un anuncio en televisión en el que comenzaba diciendo “Dicen que soy aburrido...”, acompañado de imágenes de Menem al volante de un Ferrari. “Esa pieza le dio buen resultado”, sostiene D’Amico, “pero no representaba al De la Rúa que era conocido”.

Los otros castigos

De la Rúa estaba perdiendo la batalla en la opinión pública, pero también en las calles, no sólo a causa de la crisis que descubría sus vertientes más dolorosas, sino por unos intereses de asalto al poder, en el plano político y en el sindical, que se reflejaban en la docena de huelgas generales que le tocó en sus dos años de mandato, la mayoría de ellas fomentadas por un dirigente sindical, Hugo Moyano, que después de que De la Rúa saliera del poder, y a pesar de que la crisis económica se agudizó, prácticamente desapareció de la vida pública.

Moyano, dirigente del sindicato de camioneros y quien generó una escisión en la todopoderosa Confederación General del Trabajo (CGT), el sindicato de afiliación peronista, atacó duro a De la Rúa y a sus ministros, encauzó el descontento social y, tras al relevo presidencial, se llamó a silencio, lo que despertó las sospe-

chas, y las críticas, de los medios de comunicación, a los que llegó a tratar de una forma poco diplomática. “Muchos comunicadores están trabajando para grupos económicos. Son idiotas útiles (...) Esos cuatro monigotes que están a las 11 de la noche, que descalifican a los que estamos en lucha... Como ahora están de moda los *escraches*, quizás les hacemos un *escrache*”, dijo Moyano el 8 de marzo de 2002, para salir al paso de las críticas de la prensa por su decisión de “bajar el perfil”, amenazando con una protesta típica argentina que consiste en convocar a manifestantes frente al domicilio de alguna personalidad.

Salidas desesperadas

Acosado por unos y por otros, con el país en llamas por los saqueos, sin apoyo político y una oposición que esperaba el poder en bandeja, la relación de De la Rúa con los medios de comunicación estalló horas antes de su salida del poder, cuando maquinó cerrar los canales de televisión para esconder las protestas. “Los medios exageran”, dijo el presidente cuando el poder se le derrumbaba.

“Cuando se está yendo del poder, habla en cadena nacional (de radio y televisión), dice que va a usar los medios como una continuidad del poder, y curiosamente De la Rúa, en su final, tiene duda de qué tiene que contar y cómo lo tiene que contar y

La prensa argentina durante la crisis

a quién lo tiene que contar”, recuerda D’Amico.

La orden de cerrar los canales de televisión no es ejecutada por los altos funcionarios que dependen de él, que no querían pasar a la historia por ese gesto. Eran horas claves donde el sentido de autoridad estaba difuminado.

Quedó entonces en el aire el papel que le cupo a los medios de comunicación por las imágenes repetidas de saqueos y desmanes callejeros, con una veintena de muertos por las revueltas en Buenos Aires, y de qué forma pudo todo ello propiciar el clima de descomposición social que derivó en la caída de De la Rúa.

“Creo que tuvimos una notable responsabilidad en la difusión de los hechos. El medio en el que yo trabajo actuó con un notable autocontrol”, sostiene Pipino. “La televisión no mostró más que la realidad, y la verdad no puede negarse con la censura”, dice Reinoso. “Había ya una insurrección civil y era indetenible”, sostiene.

Unos sí y otros no

El comportamiento de los medios de comunicación durante la crisis argentina dejó abiertas una serie de dudas sobre las diferencias de trato. Aunque todos coinciden en que los hechos de los últimos días del Gobierno de De la Rúa y en las fechas posteriores a su salida del poder se sucedieron tan

rápido que apenas quedaba tiempo para respirar, el papel de la televisión ha sido abiertamente criticado.

“Hay colegas, y no precisamente los gráficos (esto es, la prensa escrita), que actúan con una tendencia demagógica de la crisis”, dijo Morales Solá el 3 de marzo de 2002. “El famoso impacto o el venerado *rating* están pintando de amarillo al periodismo y lo acompañan, además, de un persistente discurso demagógico”, añadió el mismo analista cinco meses después.

“La televisión ha hecho bastante para ser castigada”, dice D’Amico. “Ha habido menos distorsión en la manera de ejercer el oficio en la prensa gráfica que en la manera que lo ha hecho la televisión. También tenemos más tiempo para pensar, para elegir”.

En el otro lado rechazan esas críticas y, en cambio, atribuyen a los distintos ritmos de trabajo las diferencias que puedan surgir. “El enfoque en muchos casos varía por la velocidad de cobertura, sobre todo en el caso de los canales de noticias y de las radios”, se defiende Ricardo Pipino.

El tiempo de la autocritica

Culpables o inocentes, los medios de comunicación se hicieron eco de una forma tímida sobre la necesidad de hacer una autocritica. “Es doloroso reconocerlo, pero así como existe un periodismo mayoritario responsable y riguroso, no faltan en nuestro

medio los que se lucran con la información o los que exacerban y cargan las tintas sobre los costados oscuros, lo cual entraña una traición a los postulados éticos fundamentales de la profesión”, decía un editorial del diario *La Nación* del 18 de junio de 2002.


Cuando estaba aún fresca la crisis que estalló en diciembre del 2001, el mismo periódico encabezada su editorial del 4 de febrero de 2002 con el título “El periodismo y su autocrítica”. En él, uno de los matutinos más influyentes de Argentina pedía a los medios de comunicación evaluar “con la máxima honestidad” su propio trabajo para establecer si en algún momento se incurrió “directa o indirectamente, en alguno de los vicios que deforman y desnaturalizan el noble oficio del periodista”. Y entre esos vicios citó “la incitación tácita a provocar situaciones tumultuosas o potencialmente lesivas para la seguridad de las personas”.

Según el analista Joaquín Morales Solá, la prensa “ha sido la única instancia pública argentina que dio signos voluntarios, embrionarios aún, para revisar sus culpas y sus pecados de los últimos años”. “La crisis ha cambiado los hábitos y las costumbres de la sociedad y terminará cambiando, tarde o temprano, los códigos y las reglas de una política impotente. ¿Por qué no podría cambiar también al propio periodismo? ¿Por qué, si el periodismo es la profesión más perfecta del mundo, precisamente

porque es imperfecta por naturaleza?”, se preguntaba.

Para la columnista de medios de comunicación Susana Reinoso esa autocrítica ha estado presente más en las reuniones de periodistas que en el debate público. “Ya sea por proteger sus intereses o por temor a las consecuencias, nadie hizo una autocrítica sincera. Los argentinos, pese a ser los más psicoanalizados del mundo, somos incapaces de hacer autocríticas conscientes”.

Las heridas que dejó la crisis argentina en los medios de comunicación serán difíciles de remontar. A pesar de que la recesión prácticamente es ya un capítulo cerrado, que la política va ganando un ritmo de normalidad y el caos ha quedado superado, queda todavía la sensación de que hay mucho camino por recorrer.

“Los medios de comunicación masivos, básicamente la televisión, se han transformado en el espectáculo por excelencia, un espectáculo de la tragedia de la vida cotidiana, de la política, de la miseria de la población. Pero no hay información, hay un entretenimiento brutal para la pérdida del sentido de la vida”, afirmó recientemente ante una reunión de editores de periódicos la ex candidata presidencial de centro izquierda Lilita Carrió. “Este divorcio entre la verdad que hay que decir y la pragmática del poder ha envenenado la democracia”, sentenció. 

Cómo 'La Gaceta' de Tucumán afrontó la crisis

Una oportuna reingeniería de estructuras y procesos, realizada en épocas de "vacas gordas", permitió superar "la tormenta perfecta" en mejores condiciones.

JOSÉ A. POCHAT

Desde fines de 1998 los diarios en la Argentina hemos venido sufriendo las consecuencias de una recesión sin precedentes (47 meses ininterrumpidos) con una caída acumulada del PBI del 21%. Para diciembre de 2001 con el estallido final de la crisis, la pérdida promedio de circulación alcanzaba el 20% y la publicidad se había desplomado a niveles alarmantes, 60%.

Ante este escenario, muchos diarios fueron sorprendidos con altos niveles de endeudamiento. La mayoría se había lanzado a realizar fuertes inversiones en tecnología para satisfacer necesidades propias de un escenario muy distinto o en proyectos de expansión hacia otros mercados y negocios. Algunos fueron atrapados

además con estructuras difíciles de sostener ante la situación imperante. Importantes publicaciones nacionales y provinciales debieron concentrar sus esfuerzos en reestructurar sus pasivos y acomodar sus costos a la nueva realidad, mientras que pequeños diarios del interior quedaban al borde de la desaparición.

En nuestro caso particular la oportuna reingeniería de nuestras estructuras y procesos, realizada años anteriores, en épocas de "vacas gordas", nos permitió enfrentar lo que llamamos "la tormenta perfecta" en mejores condiciones. Con rápidos reflejos pudimos sortear con éxito la terrible combinación de una caída abrupta de las ventas, ingresos en pesos deprimidos transformados en cuasimonedas que cotizaban por debajo de

José A. Pochat es el gerente general de *La Gaceta*, diario de Tucumán (Argentina).

su valor nominal y un fuerte incremento de los costos en dólares de nuestros principales insumos.

Ante la necesidad de eliminar costos, muchos se vieron obligados a disminuir la cantidad de páginas, costos de comunicación, servicios informativos, el plantel de periodistas, colaboradores y corresponsales.

En *La Gaceta*, sin embargo, entendimos que el desafío pasaba por lograr mantener los niveles de calidad periodística y diseño del producto tal como habíamos acostumbrado a nuestros lectores, más empobrecidos pero igual de exigentes. Decidimos concentrar los fuertes recortes en aquellas áreas de soporte (producción, administración y distribución).

En materia informativa avanzamos en varias direcciones. En primer lugar, sentimos que a la crisis no sólo había que contarla sino también explicarla. Abrimos nuestra páginas a todo tipo de reflexiones que sirvieran a nuestros lectores para comprender el drama de lo que estaba ocurriendo. Convocamos a las mejores plumas, filósofos, historiadores, economistas, sociólogos, etc., y los invitamos a refle-

xionar en una sección semanal que llamamos “Reflexiones sobre la Crisis” (más adelante, la compilación de los artículos la convertimos en un exitoso libro). Por otra parte, apostamos a profundizar en la información local adaptándonos a las necesidades y a la vida de nuestros lectores y anunciantes. Intentamos mejorar la forma de presentar los efectos que las noticias tienen en la vida de la gente común.

Apuntamos con énfasis hacia una prensa de mayor servicio. Ante cada nueva información, nos preocupábamos por explicarla y anticipar las consecuencias que ella tendría en la vida cotidiana. Al bombardeo permanente de imágenes televisivas con protestas, reclamos, conflictos callejeros y polémicas lo enfrentábamos al día siguiente con más análisis, reflexión y perspectiva.

La Gaceta es un diario con un nivel amplio de penetración en todos los segmentos sociales.

Debíamos contener en nuestras páginas tanto a un empresario abrumado por la caída de sus ventas como al padre que perdió su trabajo o al ama de casa que debía acudir al supermercado y comprobar que el



Cómo 'La Gaceta' de Tucumán afrontó la crisis


dinero ya no le alcanzaba como antes.

Por obvias razones, los sectores de menores recursos han sido aquellos a los que la crisis obligó a abandonar la lectura o a disminuir los días de compra. Para amortiguar ese efecto, a diferencia de años anteriores, intentamos que todo material extra que el diario ofrecía apuntara al concepto de utilidad para el hogar.

Si bien veíamos que la crisis se iba devorando la venta de nuestros ejemplares, las encuestas nos mostraban que nuestro *readership* se mantenía en niveles elevados. Las familias vecinas se las ingeniaban para compartir la lectura de un mismo ejemplar, los compañeros de oficina se turnaban en el trabajo para su lectura. En definitiva, mientras hiciéramos un buen producto, estábamos convencidos de poder recuperar nuestros lectores habituales una vez aclaradas las perspectivas económicas del país. De hecho es lo que ha comenzado a ocurrir. Durante el 2003 la venta del diario creció un 10% con respecto al año anterior y durante este primer semestre de 2004 el crecimiento alcanza un 12%. Lo propio viene ocurriendo con la publicidad, permitiéndonos recuperar aceptables niveles de rentabilidad y comenzar a proyectar nuevas inversiones y objetivos de mediano y largo plazo.

Esta difícil experiencia nos ha dejado varias enseñanzas. En un país como el nuestro, donde la situación económica suele ser muy cambiante

e inestable, los diarios nunca debemos dejar de estar alertas y funcionar con estructuras livianas y ágiles que nos permitan sortear abruptas caídas en nuestros ingresos, siempre que ello no signifique conspirar contra la calidad del producto. Las prioridades deben apuntar a sostener una capacitada, eficiente y creativa redacción. La segunda lección es tener en claro la importancia de apostar toda la energía a interpretar la necesidad de los lectores, brindando cada vez mejor información. Debemos cuestionarnos permanentemente nuestro rol en la sociedad y definir si queremos resignarnos a ser un medio que sirva de apunte y agenda de la televisión y la radio o si elegimos participar activamente en la fijación de los temas y ser una herramienta que acerque a nuestros lectores información útil y necesaria. El camino correcto pasa por abandonar el vicio de transformarnos exclusivamente en un "pizarrón de mensajes" entre los distintos factores de poder, para inmiscuirnos de lleno en los temas que en verdad interesan a la gente.

Los diarios estamos obligados a hacernos dos preguntas: ¿seguimos siendo verdaderamente necesarios?, ¿en un país hoy más empobrecido como el nuestro, somos lo suficientemente atractivos para motivar el esfuerzo de compra en nuestros lectores? La respuesta a esa cuestión es la que nos marcará el camino que debe seguir nuestra información. 

Cien años de la muerte de Suárez de Figueroa

El primer periodista confeccionador fue también pionero en contratar a una mujer como redactora y el último profesional que murió tras batirse en un duelo.

JUAN FERMÍN VÍLCHEZ

Este año se cumple el centenario de la muerte de Augusto Suárez de Figueroa (1852-1904), quien pasó a la Historia del Periodismo por ser el primer confeccionador español de periódicos, el último profesional que murió como consecuencia de las heridas sufridas en un duelo a sable, y el director de un diario que por primera vez contrató a una mujer como redactora.

Hablar de innovaciones en la apariencia de diarios españoles de finales del siglo XIX, y mencionar a Augusto Suárez de Figueroa, es lo mismo. Rafael Mainar, en su obra *El*



Suárez de Figueroa

arte del periodista, editada por José Gallach en 1906, afirmó: “Suárez de Figueroa es peritísimo en todo lo que a periódicos y periodismo atañe, y eminente, el que más, en lo que a confeccionar diarios se refiere. Modelos dejó que pueden servir de enseñanza y ejemplo a los confeccionadores”.

Y Julio Burell, un destacado periodista de los primeros años del siglo XX, dejó escrito lo siguiente: “Nadie como Suárez de Figueroa para organizar los distintos elementos que forman la hoja impresa. (...) Maestría suma era la suya en ordenar y componer los contradictorios y deshili-

Juan Fermín Vílchez, veterano periodista y diseñador en cuyo currículum figuran los lanzamientos de *El País* y de *El Periódico de Catalunya*, prepara una historia del diseño de prensa en España.

Cien años de la muerte de Suárez de Figueroa

vanados detalles que el telégrafo envía y que al pasar bajo su mano convertíanse en una narración perfecta, llena del interés del suceso visto y palpitante. (...) Si era necesario, Figueroa no dormía, no comía, no salía de la redacción sino cuando estaba en la calle, circulando profusamente entre el público, el periódico que él acababa de hacer con una labor en que el esfuerzo quedaba oculto bajo la gracia artística de su creador inimitable”.

Suárez de Figueroa nació en Estepona (Málaga) en 1852 y estudió en su juventud la carrera militar. Intervino en la guerra carlista, desde donde envió excelentes crónicas al diario *El Imparcial*. Antes había sido redactor de los rotativos *La Iberia* y *El Universal*, y después se dedicó también a la política hasta llegar al Congreso como diputado. El 28 de febrero de 1885 fundó *El Resumen*, cuando en Madrid existían 40 periódicos, 16 matutinos y 24 vespertinos.

El interés de Suárez de Figueroa por la forma tipográfica de las publicaciones diarias ya se reflejó en la siguiente “Advertencia”, publicada en *El Resumen* del 26 de julio de 1886: “Habiendo llegado del extranjero las fundiciones que esperábamos para mejorar en obsequio de nuestros lectores las condiciones tipográficas de *El Resumen*, desde mañana aparecerá este periódico con tipos nuevos, y con alguna otra modificación [...]”.

Desde el final de la década de 1870 habían comenzado a introducir-



“El Imparcial” del 7 de agosto de 1888 sirve como ejemplo de la forma tipográfica de los diarios españoles de aquella época. Este título era uno de los líderes de nuestra prensa, junto a ‘La Correspondencia de España’.

se pequeños titulares en las informaciones de los diarios; en realidad, simples epígrafes presentados en tamaños de letras superiores a los que se utilizaban entonces (generalmente los cuerpos 7, 8, 10 y 12), que acompañaban a los filetes (líneas tipográficas) en su función de separar los contenidos informativos unos de otros.

El periódico madrileño *La Época* fue de los primeros en iniciar esta práctica, aunque *El Resumen* de Suárez



Los primeros titulares grandes comenzaron a verse en 'El Resumen' de Suárez de Figueroa. Éste llenó de grabados las páginas del periódico, introdujo más espacios blancos y utilizó cierta diversidad tipográfica (Ediciones del 8 de agosto de 1888 y del 18 de octubre de 1889).

de Figueroa provocó el gran cambio en la presentación de las noticias, sobre todo a partir del verano de 1888, cuando ocurrió el famoso crimen de la calle madrileña de Fuencarral. El suceso, que apasionó durante varios meses al público lector, ayudó a incrementar el tamaño de los encabezamientos y a titular a más de una columna de ancho. Las tiradas de los periódicos subieron y los rotativos considerados más serios y rigurosos, que

publicaban en interior las noticias referidas al crimen, se vieron forzados a llevarlas también a su primera página y a potenciar los titulares. Además, Suárez de Figueroa comenzó a llenar las páginas de su diario con dibujos grabados sobre cinc, en lugar de madera como era habitual hasta entonces, y rompió la antigua verticalidad de la maqueta. *El Resumen* publicaba un suplemento semanal ilustrado anuncia-

Cien años de la muerte de Suárez de Figueroa

do en sus páginas como “un número extraordinario cada domingo, gratis a los suscritores de nuestro periódico, que es el más barato de cuantos se publican en Madrid”. El 16 de octubre de 1889 renovó su formato y se transformó en un sábana clásico. En un artículo publicado en la segunda página de aquel día, titulado “Mejoras”, se afirmaba : “[...] viene a ser *El Resumen* el mayor de los periódicos populares de Madrid, y á tener tanta lectura como los más grandes que se publican en España. Cada plana aumenta cerca de un cincuenta por ciento con relación á la medida anterior [...]”.

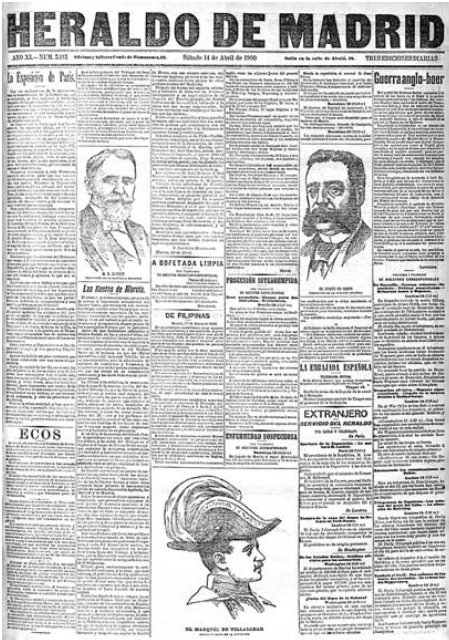
El momento cumbre de la carrera profesional de Suárez de Figueroa se produjo al ser nombrado por Canalejas director del *Heraldo de Madrid*, después de que el conocido dirigente político se hiciese en 1893 con el control de este diario, fundado por Felipe Ducazcal el 29 de octubre de 1890. El periodista malagueño reunió a una de las mejores redacciones de aquel tiempo y proyectó la nueva maqueta del periódico, donde la ilustración era el eje principal, que supuso un gran cambio en su apariencia. Ideó una sencilla cabecera, sin recuadros a ambos lados, como habitualmente se hacía; dividió las páginas en seis columnas; acortó sensiblemente los textos; modificó la colocación de la publicidad que en todos los periódicos iba siempre en la última plana; eliminó secciones fijas;



Este era el aspecto de 'El Heraldo de Madrid' del 11 de agosto de 1892, antes de la llegada de Suárez de Figueroa.

utilizó con frecuencia titulares a dos y editó un suplemento semanal que tuvo gran acogida entre los lectores.

Canalejas se preocupó tanto de la marcha del *Heraldo de Madrid* que, a pesar del fulgurante éxito que tuvo el rotativo, llegó a colmar la paciencia de Suárez de Figueroa, al reprocharle por medio de cartas cuestiones como éstas: “La corrección resulta deplorable [...] Algunos días el abandono o la torpeza llegan a poner



'Heraldo de Madrid' después del gran cambio de imagen que realizó Suárez de Figueroa, quien perfeccionó la tipografía lineal de su cabecera y utilizó más diversidad de tipos en los titulares, sobre el esquema de seis columnas. Además, aumentó la inserción de grabados, acortó la extensión de los textos y consiguió que el vespertino fuese el rotativo mejor diagramado de nuestra prensa cuando comenzó el siglo XX (Ediciones del 14 de abril y del 14 de junio de 1900).

en ridículo a los redactores con erratas intolerables. De impresión, [...] variamos en términos tales que algún día encanta el número, y otros ni se puede leer, especialmente de noche. El papel es muy desigual y eso debe evitarse a todo trance. ¿Cómo va la venta? ¿Subió mucho en Madrid?.

Al final, Suárez de Figueroa dimitió de su cargo y fue sustituido en la dirección por el redactor jefe, José Gutiérrez Abascal, *Kasabal*. El 1 de enero

de 1903 volvió a fundar otro título, el *Diario Universal*, propiedad del conde de Romanones, y aquí se equivocó al intentar repetir los éxitos conseguidos en el *Heraldo de Madrid*. No supo crear un producto distinto y copió las ideas que él mismo había desarrollado en su anterior etapa.

Suárez de Figueroa falleció en Málaga justamente al cumplirse el primer aniversario de la puesta en marcha del *Diario Universal*, el 1 de enero

Cien años de la muerte de Suárez de Figueroa

de 1904. Y murió como consecuencia de las heridas ocasionadas en un duelo a sable que mantuvo con uno de los hijos del general Manuel Salamanca, antiguo gobernador de Cuba. El desafío había surgido por los comentarios críticos del periodista sobre la manera de actuar del general mientras estuvo en La Habana.

Los periódicos publicaron muy pocos detalles de la causa del fallecimiento de Suárez de Figueroa, aunque la mayoría llevaron a su portada la noticia, acompañada de artículos que, además de lamentar la pérdida del periodista, elogiaban su profesionalidad. Únicamente en el *Diario Universal* se pudo leer, escondido en páginas interiores, un comentario firmado por el sacerdote José Ferrándiz, íntimo amigo del fallecido, donde se descubría la tragedia:

“—¿Dónde está mi páter? —preguntaba Augusto en el lecho, donde acababan de colocarlo herido, en célebre desafío con uno de los hijos del general Salamanca—. El páter estaba allí; pero no quería dejarse ver; la figura de un clérigo es fatídica junto a la cama de un herido”.

Suárez de Figueroa fue el último periodista español que perdió la vida como consecuencia de un duelo. Hasta 1915 se produjeron algunos más, pero sin trágico desenlace. Ese año fueron prohibidos y ya no pudieron organizarse. Los desafíos contra periodistas estaban suprimidos en Europa desde 1905, cuando en el

DIARIO UNIVERSAL



'Diario Universal' fue el tercer y último proyecto de Suárez de Figueroa. Aquí no logró inventar nada, sólo copió la fórmula del 'Heraldo'. Quizá su prematura muerte aceleró el fracaso del rotativo. (Edición del 4 de julio de 1903).

Congreso Internacional de la Prensa, celebrado en Lieja, se crearon los tribunales de honor para dirimir los derechos de réplica.

Pero Suárez de Figueroa pasó también a la historia de nuestra prensa diaria por ser el primer director que contrató a una mujer: Carmen de Burgos, quien firmaba *Colombine*, entró en la redacción del *Diario Universal* en 1903 y allí se convirtió en la primera periodista española. ♡