

# CUADERNOS DE **Periodistas**



## **Sin fuentes, ¿qué nos queda?**

Como ocurrió en el *caso Watergate*, las fuentes sólo están dispuestas a hablar cuando el periodista les garantiza su anonimato

**Estatuto** Reglamentar  
un periodismo que ya no existe

**TV** La oscura realidad  
de una ley confusa

# Primer año, primeras dudas

Ampliamos hasta el próximo año el plazo promocional de la revista y, por tanto, el envío gratuito a todos los periodistas miembros de Asociaciones de la Prensa integradas en la FAPE.

**FERNANDO GONZÁLEZ URBANEJA**

**P**or estas fechas hace un año llegó a manos de los lectores el número 0 de estos *Cuadernos* que nacieron con la pretensión de aportar argumentos al debate profesional, que no por más necesario es más frecuente. Hemos tratado de ser fieles a este objetivo y, por lo escuchado hasta ahora, disfrutamos de buena prensa, no exenta de cautelas y expectativas.

Dijimos entonces que pasados los dos primeros números esperábamos haber acumulado una lista de suscripciones suficientes para financiar y justificar la iniciativa y para ajustar la tirada a los efectivamente interesados en la publicación y decididos a pagar el módico precio de 12 euros al año. No hemos tenido éxito. Las suscripciones recibidas son escasas,

unos cientos, aunque los comentarios sobre la publicación son bastante favorables. Cuando hemos sugerido que íbamos a dar por concluida la experiencia hemos sentido clamor contra esa decisión, simultáneo a la petición de paciencia, darnos más tiempo para madurar la iniciativa.

La Junta Directiva de la APM ha decidido mantener la publicación a pesar del bajo número de suscripciones captadas entre los 12.000 compañeros que han recibido ya cuatro números de *Cuadernos*. Agradecemos a los compañeros que han formulado una suscripción y confiado en este proyecto, y guardamos su compromiso hasta el próximo año, ampliando el plazo promocional de la revista y, por tanto, el envío gratuito a todos los periodistas miembros de Asocia-

ciones de la Prensa integradas en la FAPE.

Estamos convencidos de que una mínima panoplia de publicaciones propias serias es imprescindible en esta profesión, tan expuesta a la crítica y tan necesitada de debate y de argumentos que faciliten y propicien el ejercicio correcto de la profesión, la buena práctica. Y al servicio de ese objetivo la directiva de la APM espera que durante su mandato, que acabará a finales del 2007, consolidemos un Departamento de Publicaciones con criterio, respetable y respetado. Podemos hacerlo, debemos hacerlo y sólo hace falta que sepamos hacerlo.

En el número 1, el correspondiente al pasado mes de octubre, dedicamos el tema preferente al secreto profesional. Otro tanto hacemos ahora porque hay motivos para ello y no nos duelen prendas insistir sobre la materia. Aunque aún no tenemos en España casos semejantes a los que están ocurriendo en Estados Unidos, con una decena de periodistas sometidos al riesgo de ir a prisión por defender el secreto profesional, el tema merece la pena y ayuda a reflexionar sobre los límites y el perímetro de trabajo de los periodistas.


A la cárcel ha ido Judith Miller, una relevante periodista del *New York Times*, con una carrera profesional polémica ya que junto al Pulitzer tiene también historias mal fundadas e informaciones por las que su periódico luego ha pedido perdón a los lecto-

res. Si no fuera tan amiga, y de antiguo, del editor, probablemente estaría en la calle. Miller ha utilizado fuentes dudosas, ha abusado del anonimato y tiene fama de presuntuosa y avasalladora en el ejercicio profesional. Pero ha decidido defender la confidencialidad de sus fuentes aun a riesgo de ir cuatro meses a prisión, y el juez la ha mandado a la cárcel.

Es razonable que los periodistas no pueden estar más allá de la ley, que el estado de derecho es para todos y a todos limita, que la confidencialidad decae ante determinados delitos, pero el fiscal que investiga el caso por el que Miller se va a la cárcel y el juez que ha aplicado la figura del desacato o la resistencia a una investigación criminal, están yendo demasiado lejos y están llevando a cabo una investigación bastante turbia.

La confidencialidad no es un fin en sí mismo, pero sí un instrumento de valores y fines sustantivos que tienen que ver con la esencia de la función y el trabajo de los periodistas. Y no tanto por ellos mismos cuanto por su servicio a los ciudadanos que tienen derecho a saber lo que ocurre en la sociedad, a saberlo pronto y sin cortapisas.

Los periodistas no debemos aspirar a bulas ni a privilegios, pero necesitamos de cierta protección para hacer bien nuestro trabajo. El hecho de que las cartas constitucionales, desde la Primer Enmienda en los Estados Unidos al artículo 20 de la más



La confidencialidad no es un fin en sí mismo, pero sí un instrumento de valores y fines sustantivos que tienen que ver con la esencia de la función y el trabajo de los periodistas.

reciente Constitución Española aludan explícitamente al secreto profesional así lo acredita. Este asunto, al menos, requiere un debate profesional amplio y sincero, y necesita aterrizarlo en la sociedad española, discutirlo e invitar a los jueces y a los ciudadanos responsables a que lo hagan antes de tener sobre la mesa casos concretos y decisiones tomadas.

No es baladí la causa que ha abrazado la Miller, y aunque no caiga simpática a muchos ni sea protagonista de una carrera admirable, su causa merece la pena para el ejercicio del periodismo y no se puede despachar el caso con prejuicios, fobias o corporativismo a favor o en contra. Los artículos de dos corresponsales en los Estados Unidos, tan competentes co-

mo Pedro Rodríguez y Andy Robinson, ofrecen consideraciones a tener en cuenta.

Domingo del Pino y Enrique Aguinaga hacen un nuevo repaso del estado de la cuestión y los precedentes del Estatuto de la profesión periodística. Una materia que nos interesa a los periodistas y también a los diputados que tienen entre sus tareas la suerte de ese proyecto de ley que ha despertado poquísimos intereses en la profesión. Ambos artículos son interesantes por la información y los argumentos que desarrollan que van a enriquecer el debate.

Incorporamos un género esencial del periodismo en este número de cuadernos: la entrevista. Y lo hacemos con un veterano y polémico compañero: Pedro Jota, que no necesita más añadidos. Hace unas semanas cumplió sus primeros 25 años dirigiendo periódicos, dos periódicos nacionales con sede en Madrid, que no pueden entenderse sin la figura y el sello de Pedro. Ha sido director todo el tiempo, día y noche, festivos y vacaciones, porque este director no descansa ni deja descansar.

Es muy probable que ningún otro medio competidor le dedique un espacio a Pedro Jota en sus bodas de plata, prueba manifiesta del mal estado de salud por el que atravesamos. Las peleas, las antipatías, los odios incluso, son consustanciales a este oficio que está muy expuesto, que es muy transparente y también muy emoti-


vo y apasionado. En otros tiempos hasta se batían en duelo y la emprendían a puñetazos. Ahora se castiga con silencios e invectivas de poco talento. Pedro Jota es un director determinante en la reciente historia del periodismo español. Por eso merece atención. Busqué para encargar la entrevista a Pedro a una compañera con experiencia e independencia, que no tuviera ni antipatía ni cercanía a Pedro. María Antonia Estévez ha hecho un buen trabajo, sus lectores del *Diario de Navarra* la conocen bien.

Algunos compañeros que se ocupan de tareas de comunicación en instituciones o empresas me han pedido que nos ocupemos de sus asuntos profesionales, que la APM no puede dar la espalda a esa faceta de la profesión. No les falta razón y merece la pena incentivar el debate sobre el ejercicio al otro lado de la calle. Para algunos eso no corresponde a la esencia del periodismo, otros no lo ven así. Desde *Cuadernos* vamos a animar la discusión y a acumular argumentos.

A Carlos Berbell, que trabaja intensamente para que jueces y periodistas se entiendan y se hablen, le pedimos que nos contara cómo organizaron la difusión del último macrojuicio: 24 acusados presuntos implicados en los atentados de Nueva York del 11-S. Combinar transparencia y rigor, evitar el juicio paralelo anticipado o la ligereza en los tratamientos informativos, requiere concursos

múltiples de todos los implicados. Justicia y prensa deben circular cada una por su acera, sin mezclarse, pero sin intimidarse ni enfrentarse más allá de lo razonable y siempre con respeto. En España hay una buena nómina de periodistas especializados en información judicial, con experiencia y mucha profesionalidad, en todos los medios y compitiendo lealmente en el mayor número de los casos. Los magistrados les hacen cada día más caso, les tienen más respeto. Quedan aún algunos asuntos pendientes pero la tendencia es razonable.

Y a Juan Diez Nicolás, profesor de Sociología, muy cercano a la profesión periodística y experto en investigación social y en sondeos electorales, le pedimos una explicación del fracaso de los sondeos a pie de urna. Su trabajo es riguroso e interesante, merece la pena, al igual que va siendo hora de cancelar esos sondeos inútiles que equivocan más que ayudan a entender lo que han decidido los electores.

Y a las secciones fijas, la jurídica de Teodoro González Ballesteros y la bibliográficas de Nacho Iglesias, y la de tendencias, que este trimestre ha preparado Carolina Gutierrez-Cortines, añadimos otra que tiene que ver con el lenguaje: 'Letras de cambio', un título que empezó a cultivar Arsenio Escolar, filólogo amén de periodista total, en *Cinco Días* hace ya más de cinco años. 

# La espía, el gurú electoral y la periodista

La encarcelación coercitiva de Judith Miller, redactora del *New York Times* empeñada en proteger las cuestionables filtraciones atribuidas a un alto cargo de la Casa Blanca, plantea un renovado debate sobre los límites del secreto profesional de los periodistas en el contexto de investigaciones criminales.

**PEDRO RODRÍGUEZ**

**P**ara entender la actual saga jurídico-política sobre el secreto profesional de los periodistas en Estados Unidos —una trama rocambolesca que fácilmente rivaliza con cualquier *best-seller* playero— hay que remontarse al tradicional discurso sobre el Estado de la Unión que el presidente George W. Bush pronunció a comienzos del año 2003 ante una sesión conjunta del Congreso federal. En su afán por justificar el uso de la fuerza en Iraq que se materializaría en marzo, la alocución presidencial incluyó la siguiente frase: “El Gobierno británico ha sabido que Sadam Husein recientemente

te buscaba en África cantidades significativas de uranio”.

Estas 16 palabras, ahora tan inolvidables como falsas, además de haber puesto en tela de juicio al equipo de seguridad nacional del presidente Bush, ayudan a entender cómo el 7 de julio del 2003 (cinco meses después de la invasión de Iraq) el jubilado embajador Joseph C. Wilson publicara una tribuna de opinión en las páginas del *New York Times* bajo el título ‘Lo que no encontré en África’. Artículo en el que etiquetaba como falsas y manipuladas las aseveraciones de la Casa Blanca sobre las resucitadas ambiciones nucleares de Sa-

**Pedro Rodríguez**, periodista, es corresponsal del diario *Abc* en Estados Unidos.

dam Husein. Según su particular ‘yo acuso’, Wilson había viajado en febrero del año 2002 a Níger por encargo de la CIA para investigar la supuesta compra de uranio en las minas de ese país africano, en parte explotadas con capital español. El diplomático, retirado pero con experiencia en cuestiones africanas e iraquíes, no encontró rastro alguno de los sospechados manejos proliferadores.

Ocho días después de este problemático golpe contra la credibilidad de la Casa Blanca, el tertuliano conservador Robert Novak utilizó su columna política, publicada en múltiples y destacados diarios estadounidenses como el *Washington Post*, para cuestionar la credibilidad de Wilson. Todo dentro de un debate emergente de reproches contra la Administración Bush por haber forzado una guerra selectiva y no obligatoria para garantizar la seguridad de Estados Unidos.

Novak, citando genéricamente dos altos cargos gubernamentales, dijo que el embajador Wilson habría sido “enchufado” para actuar como expedicionario de los servicios de inteligencia gracias a una maniobra de evidente nepotismo propiciada por su esposa, a la que el columnista identificó como Valerie Plame, una agente de la CIA especialista en armas de destrucción masiva.

Automáticamente, Wilson se declaró víctima de una rastrera *vendetta* política orquestada por la Casa Blanca para desacreditarle. El diplo-

mático insistió desde un principio en señalar como responsable de la traicionera identificación de su esposa a Karl Rove, el efectivo gurú electoral reconocido como ‘arquitecto’ de las recientes victorias conservadoras en Estados Unidos. Dentro de un tono político ya enfilado hacia las elecciones presidenciales de 2004, ante el creciente escándalo, el presidente Bush no tuvo reparos en manifestar: “Si hay filtraciones en mi Gobierno, quiero saber quién ha sido. Y si esa persona ha violado la ley, habrá que tomar cartas en el asunto”.

Al ver que el nombre de una de sus espías, madre de gemelos y residente de un selecto barrio de la capital, estaba circulando por todo el mundo, los servicios legales de la Agencia Central de Inteligencia solicitaron la intervención del Departamento de Justicia. Divulgar la identidad de un agente secreto de los servicios de inteligencia de Estados Unidos, de acuerdo a la Intelligence Identities Protection Act de 1982, es un grave delito federal que puede castigarse con penas de hasta 10 años de cárcel. Pero para conseguir un veredicto de culpabilidad y una condena, el Ministerio Público tiene que demostrar intencionalidad y malicia.

La complicada tarea de identificar esa supuesta ‘garganta profunda’ delictiva ha recaído en un grupo de funcionarios de carrera especializados en corrupción política y seguridad nacional, encabezados por el fiscal Patrick

J. Fitzgerald, de Chicago. Con ayuda de un ‘gran jurado’ para realizar interrogatorios, recabar evidencias y formular posibles acusaciones, este grupo de sabuesos federales ha cuestionado tanto a la plana mayor de la Administración Bush como a la serie de periodistas a los que presuntamente se habría tentado telefónicamente para desenmascarar a la mujer del hipercrítico embajador Wilson.

En el colmo de la frivolidad, el diplomático y la agente más famosa de la CIA no dudaron en posar a lo James Bond para un comentado reportaje en la revista *Vanity Fair*. Valerie y su esposo –que durante la campaña presidencial del año pasado terminó actuando como destacado asesor del candidato demócrata John Kerry– aparecieron a bordo de un deportivo Jaguar aparcado junto a la Casa Blanca. En la inolvidable página doble, la rubia espía –que antes de ser identificada decía trabajar como analista de cuestiones energética para la irreal compañía Brewster Jennings & Associates– aparece como si fuera Jackie O. camuflada con un pa-

El juez Hogan ha dictaminado que no existen derechos absolutos y que el privilegio de los periodistas a recabar información y proteger fuentes debe compaginarse con los requerimientos de investigaciones penales.

ñuelo en la cabeza y gafas de sol.

A pesar de estas ‘distracciones’, las serias pesquisas federales han avanzado hasta toparse con dos periodistas que se negaban a testificar sobre sus fuentes confidenciales: Mathew Cooper, de la revista *Time*, y Judith Miller, del *New York Times*. Un desacato que ha provocado la intervención del juez federal Thomas Hogan, de la Corte del Distrito de Washington, y las consiguientes amenazas coercitivas de encarcelamiento y cuantiosas multas a sus respectivas empresas.

Dentro de esta odisea sobre fuentes confidenciales, el fiscal Patrick Fitzgerald ha argumentado que resulta intolerable el libre albedrío de periodistas cuando “lo que estamos intentando es llegar al fondo de esta cuestión y determinar si se ha cometido un delito y quién es el responsable”. Mientras, el juez Hogan ha dictaminado que no existen derechos absolutos y que el privilegio de los periodistas a recabar información y proteger fuentes debe compaginarse con los requerimientos de investigaciones penales.



Cooper y Miller, esgrimiendo la Primera Enmienda de la Constitución de Estados Unidos que garantiza la libertad de Prensa, han entablado un estéril proceso de apelaciones que se ha agotado a finales de junio. Pulso descarrilado por la jurisprudencia del Tribunal Supremo, que en el caso *Branzburg contra Hayes*, de 1972, estableció que los periodistas no tienen derecho a proteger sus fuentes confidenciales frente a investigaciones penales. En aquella histórica sentencia, redactada por el magistrado Byron White, se recalca que la Justicia no puede “tomar en serio la noción de que la Primera Enmienda protege el acuerdo de un periodista para ocultar la conducta criminal de su fuente, bajo la teoría de que es mejor escribir sobre un delito que hacer algo al respecto”.

Con todo, esta doctrina, según han explicado abogados especializados en casos de libertad de expresión, no ha impedido de forma significativa durante las tres últimas décadas el trabajo de la Prensa estadounidense, empezando por la trascendental era de Watergate. Como el propio juez Hogan ha insistido, en este caso no se trata de un empleado intentado denunciar prácticas peligrosas en una central nuclear o un funcionario exponiendo abusos de poder. Según el juez, la disputa no se centra en el bien común sino en “una información delictiva”.

Confirmado que los veranos en

Washington son proclives a batallas judiciales de proporciones épicas, Matthew Cooper en una dramática vista celebrada el 6 de julio se declaró eximido por su fuente de la obligación de confidencialidad. Y, por tanto, dispuesto a testificar ante el ‘gran jurado’ que su contacto ‘súper-secreto’ en la Casa Blanca fue Karl Rove. En contraste, Judith Miller optó por mantener su silencio. Insistiendo en que resulta imperativo que los periodistas cumplan con el compromiso fundamental de proteger a sus fuentes, que tal y como ocurrió en el caso Watergate, sólo están dispuestas a hablar si se les garantiza su anonimato.

La periodista, ingresada en una prisión de alta seguridad a las afueras de Washington, se enfrenta por lo menos a cuatro meses de reclusión prorrogables. Organizaciones profesionales han criticado abiertamente la encarcelación de Judith Miller realizando vaticinios preocupantes sobre todas las dificultades multiplicadas para la cobertura informativa de la Casa Blanca y de cuestiones de seguridad nacional, precisamente en momentos en los que el escrutinio de la Prensa parece más necesario que nunca.

Sin embargo, no faltan reproches sobre las motivaciones de Judith Miller, una Pulitzer de 57 años con un perfil tan conocido como polémico. La periodista fue autora de una serie de informaciones de portada publicadas por el *New York Times* durante los

prolegómenos de la guerra contra Iraq, reiterando los esfuerzos de Sadam Husein por ampliar su sospechado arsenal de destrucción masiva. Noticias con repercusión mundial pero que habrían tenido su interesado origen en exiliados iraquíes de muy cuestionable reputación como Ahmed Chalabi.

Por el trabajo de Judith Miller, entre otros, el *New York Times* tuvo que publicar en mayo del 2004 un excepcional *mea culpa* sobre su cobertura previa al polémico uso de la fuerza para derrocar a Sadam Husein. Esa nota editorial sin precedentes rechazó establecer responsabilidades individuales entre los miembros de la redacción pero reconoció graves problemas en al menos una docena de las acusadoras historias publicadas sobre armas no convencionales en Iraq. Diez de ellas fueron firmadas por Miller.

Durante la invasión de Iraq, Judith Miller también fue la única enviada especial *empotrada* en la selecta unidad militar MET Alpha dedicada a encontrar las supuestas armas iraquíes. El *Washington Post*, citando el testimo-

No es difícil encontrar profesionales del periodismo en Washington que califiquen la encarcelación de Judith Miller como un martirio buscado deliberadamente para expiar su problemático historial.

nio de varios oficiales militares sobre el terreno, documentó que la periodista había asumido un indebido papel, actuando como “intermediaria” con fuentes iraquíes como Chalabi o intimidando a los responsables de su unidad con la amenaza de escribir historias negativas o utilizar sus conexiones directas con la cúpula civil del Departamento de Defensa.

Ante estos claros y oscuros, no es difícil encontrar profesionales del periodismo en Washington que califiquen la encarcelación de Judith Miller como un martirio buscado deliberadamente para expiar su problemático historial. Al mismo

tiempo, se han redoblado los esfuerzos para la improbable tramitación de una ley federal ‘escudo’ que proteja el secreto profesional de los periodistas, siguiendo los ejemplos ya materializados en 31 Estados de la Unión y el Distrito de Columbia. Pero lejos de atisbarse una buena solución a corto plazo, este caso no ofrece respuestas evidentes y satisfactorias ni por sus méritos, ni por sus protagonistas. ❖

# La prensa norteamericana, en horas bajas

Acusados de progresistas por una sociedad a la que el 11-S le subió la fiebre conservadora en varios grados, los diarios norteamericanos están dando claras muestras de pasividad y de no querer problemas. La última prueba, la cobertura prestada a los ‘*memos* de Downing Street’ –prácticamente nula–, pese a que, de confirmarse su contenido, Watergate parecería un pequeño lapsus ético.

## ANDY ROBINSON

**P**uede ser el tema de tesis doctoral en las facultades de las ciencias de la comunicación. ¿Por qué en la primavera del 2005 se hizo una valoración tan radicalmente distinta en los medios británicos y estadounidenses respecto a los llamados *memos* –documentos internos– de Downing Street?

Para quienes leen la prensa británica no hace falta explicar en qué consisten estos documentos. Pero por si acaso algún lector se limita a leer los diarios estadounidenses hará falta una explicación: los ‘*memos* de Downing Street’ son las transcripciones de conversaciones entre ministros y

altos cargos de MI6, en julio del 2002, que revelan que altos responsables del servicio secreto británico consideraban ya –a mediados de 2002– que EEUU había tomado la decisión de ir a la guerra y que elaboraba inteligencia para justificar esa decisión.

Cuando el primer documento fue publicado a primeros de mayo en el *Sunday Times* de Londres, pasó desapercibido en los medios de EEUU pese a que incluyera una frase tan chocante como esta de lord Richard Dearlove, máximo responsable del MI6: “La inteligencia y los datos se están arreglando de acuerdo con la política”. Por “política” se refería a la decisión to-

**Andy Robinson** es el corresponsal de *La Vanguardia* en Nueva York.

mada de antemano de ir a la guerra en Iraq. Lo dijo en el verano de 2002 –nueve meses antes del primer bombardeo de Bagdad– tras reunirse con George Tenet, el entonces director de la CIA.

A no ser que el mismísimo Tenet decida tirar de la manta alguna vez, difícilmente va a haber una mejor fuente para justificar un título en primera página sobre una acusación que –si resulta cierta– haría que Watergate pareciera un pequeño lapsus ético.

Pero mientras la prensa británica se volvió loca, los medios estadounidenses bostezaron. El *New York Times* enterró el *memo* con la frase de Dearlove en la página nueve, sección internacional, y Phil Taubman, jefe de la sección política en Washington del *New York Times*, dijo que no lo consideraba una noticia de gran trascendencia porque, aunque viniera de boca del jefe de MI6, Dearlove “no dio ejemplos concretos”. Cuando miles de ciudadanos estadounidenses indignados mandaron *emails* de protesta a los medios, Dana Milbank, del *Washington Post*, los acusó de ser unos “challados”. Para Milbank, no había noticia en el informe y los británicos estaban haciendo periodismo de campaña electoral.

Hasta el defensor del lector del *Washington Post*, Michael Getler, se quedó perplejo ante la falta de interés de su diario y otros. “No entiendo por qué [el primer informe] recibió tan escasa cobertura; parecía un documen-

## Hillary Clinton:

“Es terrorífico ver cómo los medios se doblegan; si les critica la Casa Blanca caen a pedazos”.

to interesante y no hubo ningún intento de cubrirlo inicialmente en el *Post*”, escribió en su columna. Finalmente, a mediados de junio, después de mes y medio, empezaron a cubrir los últimos *memos* en salir, de mucho menor trascendencia. Pero ya era muy tarde.

Este no es lugar para debatir si una afirmación del máximo responsable del MI6, días después de reunirse con su homólogo de la CIA, en la que advierte que EEUU “se arregla inteligencia y datos” para justificar una guerra, es una noticia importante o no. Tampoco es el lugar de discutir si lo que decía Mark Felt, Garganta Pro-

funda en el caso de Watergate en 1974, era noticia para el *Post* de entonces. O si los *Documentos del Pentágono* sobre la guerra de Vietnam, publicados valientemente por el *New York Times* en 1971, eran noticia entonces.

Así que pasamos directamente a una posible explicación de la pasividad de los medios en EEUU respecto a los *memos* de Downing Street. Es posible que seamos víctimas del ciclo de una de esas noticia de las que, como ha comentado Alexander Cockburn, empiezan como rumor (o filtración de fuente anónima) imposible de contrastar. Luego, cuando definitivamente se comprueba mediante una fuente con nombre y apellido, ya es noticia vieja. “Ya sabemos que es verdad (...) sin necesidad del informe”, escribió respecto a los documentos Downing Street Michael Kinsley, estrella ascendente del nuevo *Los Angeles Times* y autor del rediseño de sus página de opinión.

Otra posible explicación es que, desde que Dan Rather, presentador de CBS, y *Newsweek* han recibido sus respectivas fustigaciones a manos de la Administración Bush por errores de información en dos reportajes, nadie quiere arriesgarse. *Newsweek*, a fin de cuentas, si fallara en los detalles de su reportaje sobre el Corán y la cárcel de Guantánamo, estaba bastante caliente cuando citó una fuente del Pentágono que dijo que los interrogadores militares norteamericanos habían tirado el libro por el váter. No

## Jim Naureckas:

“Estamos en una fase en la que hay que dar los dos puntos de vista aunque sólo haya una verdad”.

era cierto. En realidad, sólo habían salpicado (sin querer) orina sobre el libro sagrado del islam, según reconoció el Pentágono días después. Pero *Newsweek* pidió disculpas y todo el mundo pensaba que era otro ejemplo de aquel *liberal bias* –‘sesgo progresista’– del que se suele acusar a los medios en EEUU. CBS despidió a Rather y sus colaboradores por su propio lapsus de usar documentos de dudosa autenticidad al acusar a Bush de estar ausente de sus servicio militar pese a que se sepa de mil otras fuentes que el presidente sí estaba ausente. Quizás para no volver a exponerse a más acusaciones de “progresismo” en el ca-

so de los documentos de Downing Street, el *New York Times*, *Washington Post*, *Los Angeles Times*, la CBS optaron por concluir que lord Dearlove era una fuente poco de fiar. Hillary Clinton parecía suscribirse a esta tesis: “Es terrorífico ver cómo los medios se doblegan; si les critica la Casa Blanca caen a pedazos”, dijo la ex primera dama al respecto.

Para Jim Naureckas, del grupo de seguimiento de medios Fair, la decisión de ignorar los documentos en realidad tiene un trasfondo. Tiene que ver con la extraña idea de ‘equilibrio’ de los medios en EEUU. “Estamos en una fase en la que hay que dar los dos puntos de vista aunque sólo haya una verdad”, dijo. Es el periodismo de ‘él dijo, ella respondió’ y del ‘por otra parte’. Si tienes algo tan claro que no puedes decir “por el otro lado” y “en cambio”, afirma Naureckas, es demasiado peligroso publicarlo. “Los *memos* de Downing Street era una noticia demasiado fuerte para publicar”, dijo.

Se ve la misma idea errónea del ‘equilibrio’ en las informaciones sobre la enseñanza de biología o sobre el calentamiento terrestre en el cual la norma de la información ‘el dijo, ella respondió’ exige que el periodista intercale las opiniones del evangelista desquiciado que cree que el mundo se creó en seis días, con los de zoólogos como Richard Dawkins. O que el portavoz del *think tank* financiado por Exxon debe tener tanto espacio

como los científicos de las Naciones Unidas.

Es difícil saber si los ciudadanos estadounidenses se enterarán en algún momento de lo que se ha dejado de cubrir en el caso de los Papeles de Downing Street. A fin de cuentas, ¿quién se lo va a decir? Pero el caso omiso que han hecho los medios en EEUU al informe Downing Street es otros capítulo negro de la información que se ha dado sobre la guerra en Iraq. Medios como el *New York Times* ya pidieron perdón por dar cobertura en portada, antes y durante la guerra, a artículos que desinformaban respecto a la existencia de armas de destrucción masiva basados en fuente anónimas del Pentágono o de su protegido en Iraq, Ahmed Chalabi. Por ejemplo, se publicó en primera página el 21 de abril del 2003 un artículo de Judith Miller titulado increíblemente: ‘Se dice que un científico iraquí ha afirmado que las armas ilícitas se guardaban hasta la víspera de la guerra’. El tono del artículo, reconoció el *Times* en su *mea culpa* de mayo del 2005, daba a entender que el científico iraquí –en realidad un agente del espionaje militar– “había proporcionado la justificación que los norteamericanos buscaban para la invasión”. El *Times* lamentó haber “metido con prisa noticias bomba” en primera página, mientras que artículos más escépticos “a veces quedaron enterrados en páginas interiores”. Con los informes de Downing Street ha pasado justo lo contrario. ❖

# Un Estatuto Profesional dirigido a un periodismo que ya no existe

Resulta difícil de imaginar que un Estatuto del Periodista Profesional exclusivo para la prensa escrita, impuesto por ley junto con su código deontológico y su instancia superior, el Consejo Estatal de la Información, a periodistas, editores, medios y consumidores, pueda resolver los problemas globales que el mismo Estatuto pretende solucionar.

## DOMINGO DEL PINO

**E**l pasado 23 de noviembre de 2004, el Congreso de los Diputados español admitió a trámite la proposición de ley para un Estatuto del Periodista Profesional presentada por el Grupo parlamentario de Izquierda Unida Verde-Izquierda Unida Iniciativa per Catalunya Verds (IUV-IU/ICV). Por 175 votos a favor, 134 en contra y una abstención, sus señorías enmendaron la decisión de esa Cámara que el 9 de diciembre de 2003 había rechazado la misma propuesta por 158 votos contra 112 y 15

abstenciones. Desde el 30 de diciembre de 2004, después de oído el criterio del Gobierno, está abierto un plazo de presentación de enmiendas que es prorrogado de semana en semana. La proposición de ley es consecuencia de las negociaciones entabladas por representantes del Foro de Organizaciones de Periodistas, integrado por el Col·legi de Periodistes de Catalunya, la Federación de Sindicatos de Periodistas y agrupaciones de la Unión General de Trabajadores y Comisiones Obreras y la Federación de Asociacio-

**Domingo del Pino** es periodista, ex director del Servicio Árabe de Efe y colaborador de varias publicaciones e instituciones.

nes de la Prensa de España (FAPE).

La FAPE ha rechazado el proyecto de Estatuto en su actual articulado por entender que nunca lo aprobó en sus asambleas ni lo sometió a debate en sus asociaciones. La actual Junta Directiva de la APM, que entró en funciones el 12 de noviembre de 2003, decidió en junio de 2004 no ratificarlo, y su decisión fue reafirmada y apoyada por el Consejo Federal de la FAPE, que encargó el estudio de un texto alternativo, lo presentó a sus afiliados, y después de aprobado lo sometió al Congreso de los Diputados en junio de 2005.

## Resumen

Nadie duda hoy de que la profesión periodística y todo lo que concierne a la información, se encuentra en una auténtica encrucijada, en uno de esos momentos en que se percibe que la historia ha cambiado y que algo nuevo está a punto de surgir o ha surgido ya. Las nuevas tecnologías aplicadas a la información parecen hacer posible cualquier evolución. Las técnicas que permiten combinar imagen, sonido y texto, y entretenimiento e información, y la entrada en liza de Internet, han dado lugar a trascendentales

cambios en la manera de informar o informarse y acceder a los conocimientos.

El actual panorama ya no puede ser descrito por la invocación de la sola prensa escrita, ni tratado con las recetas propias del viejo periodismo, entre otras cuestiones porque la autonomía del ciudadano para informarse según sus preferencias, es hoy muy superior a ninguna otra época pasada.

Una de las modificaciones más importantes del panorama mediático ha sido la concentración de medios, una evolución que preocupa a todos y que el Consejo de Europa y la Comisión tienen en su agenda. La globalización ha agravado los efectos de la concentración y, al facilitar la implantación transfronteriza de los grandes grupos mediáticos, ha introducido

una preocupación adicional por la 'seguridad informativa' que puede estar en entredicho. Los periodistas se han proletarizado, y han perdido la iniciativa de la información.

En este contexto resulta difícil de imaginar que un Estatuto del Periodista Profesional exclusivo para la prensa escrita, impuesto por ley junto con su código deontológico y su ins-

La concentración de medios, una de las modificaciones más importantes del panorama mediático.



tancia superior, el Consejo Estatal de la Información, a periodistas, editores, medios y consumidores, pueda resolver los problemas globales que el mismo Estatuto pretende solucionar y, en la práctica, ir más allá de los asuntos laborales y salariales de la profesión.

La calidad de la información y del servicio social que a fin de cuentas corresponde a medios y profesionales ofrecer, exige que exista una clara conciencia de su necesidad y que todos participen voluntariamente en la definición de los principios y las estructuras, y los mecanismos para hacerlos cumplir.

## Qué se cuece en Europa

España y los periodistas españoles, formamos parte de la Unión Europea, armonizamos los principios y las prácticas de democracia entre nosotros con las europeas, y nuestra legislación integra las recomendaciones y directivas de los diferentes órganos de la Unión. Convendría, pues, saber qué se cuece en Europa en materia de prensa y periodismo y cuáles son las tendencias actuales en este dominio.

La Carta de los Derechos fundamentales de la UE, aprobada en Niza en diciembre de 2000, en su artículo 11, relativo a la libertad de expresión y de información, establece que ese derecho comprende la libertad de opinión y la libertad de recibir o de comunicar informaciones o ideas sin

que pueda haber injerencia por parte de las autoridades públicas y sin consideración de fronteras. La Carta recoge el artículo 19 del *Pacto internacional relativo a los derechos civiles y políticos*, de diciembre de 1966, y el artículo 10 sobre libertad de expresión de la *Convención para la salvaguarda de los derechos del hombre y de las libertades fundamentales*, de noviembre de 1950, que introducía por primera vez el rechazo a toda injerencia de las autoridades públicas en el movimiento de información.

El proyecto de Constitución europea, ahora en hibernación, reiteraba esa filosofía garantista y extensiva de derechos y recogía en el Artículo II-71 del texto constitucional europeo la necesidad de que se “puedan recibir o comunicar informaciones sin que pueda haber injerencia de autoridades públicas”.

El Doc. 8147 de 22 de junio 1998 de la Asamblea Parlamentaria del Consejo de Europa menciona varias veces la “autorregulación de la prensa” y afirma en su introducción que los mecanismos de “autorregulación de la prensa pueden proporcionar una contribución importante a la educación, a los derechos y deberes del hombre, y a la formación profesional”.

El párrafo 21 del Capítulo VI del Doc. 8147, que lleva por título ‘La necesidad de autorregulación de la prensa y mejora de la formación profesional de los periodistas’, se refiere

a la Recomendación 1215 (1993) *Ética del Periodismo* y a la Resolución nº 2 de la Conferencia Ministerial Europea sobre Política de los Medios de Comunicación de Masas, y afirma que “es necesario estimular la elaboración de normas de autorregulación de la prensa y códigos deontológicos del periodismo para obtener la autodisciplina de los medios”. Añade que “las organizaciones de periodistas deberían crear órganos de vigilancia” y concluye que “para no amenazar la libertad de prensa se debe evitar la imposición de códigos de conducta a los medios”.

La misma resolución establece en su artículo 3 el principio básico de que toda autorregulación debe partir de una “clara diferenciación entre hechos y noticias y opiniones, para evitar toda confusión” y el artículo 17 define la función del periodismo como “contribución al desarrollo individual y social” y “proporcionar a los ciudadanos la información necesaria para el ejercicio de la democracia”.

La Séptima Conferencia Ministerial sobre Medios de Comunicación de Masas, celebrada en Kiev en marzo de 2005, reconoce en el punto 5 de su declaración final que en el proceso de ampliación de la Unión Europea, el Consejo de Europa, la única organización a nivel europeo que trata de la dimensión humana y democrática de la comunicación, continuará desempeñando un papel central en el “establecimiento de unas míni-

mas normas comunes pan-europeas en este dominio”.

## **Autorregulación, regulación mixta, control estatal**

La autorregulación es la forma más generalizada en Europa de control de la observancia de los principios éticos que todos invocamos. El Consejo de Prensa británico y sus instituciones, Comisión de Quejas y Código Deontológico (en Alemania, Presserat y Pressekodex; en la comunidad flamenca de prensa, Raad voor Journalistiek; en Suecia, Pressens Opinionsnämnd; en Dinamarca, Consejo de Prensa, Pressenævnet; el Ombudsman de los países escandinavos y Holanda, etc.) es la forma más común, con independencia del nombre que en cada país adopte, en que se manifiesta esa autorregulación.

El sistema británico sigue siendo la inspiración de referencia de las autorregulaciones en Europa y en el mundo occidental, y es la forma histórica que los periodistas profesionales y los medios han utilizado para mantener los niveles de calidad de la información y la estima de la sociedad. Los códigos deontológicos constituyen los principios básicos, similares en casi todos los países, que los profesionales y los editores se comprometen a respetar.

La Declaración de Múnich de 1971, adoptada en una conferencia que en noviembre de ese año reunió a la ma-

yoría de las asociaciones de periodistas de Europa y a las dos grandes organizaciones internacionales de periodistas (la Federación Internacional de Periodistas, FIP, y la Organización Internacional de Periodistas, OIP), ha sido tomada como base por la mayoría de los códigos europeos y puede pretender, por ese motivo, una cierta universalidad. Gracias a la autorregulación, medios y profesionales pueden ejercer su libertad fuera del control de los estados.

Allí donde los gobiernos y los partidos políticos se han mostrado más intervencionistas han crecido el descontento de los periodistas y de los medios, las limitaciones a la libertad de expresión, y el control político ha sido más acusado.

El poder mediático del primer ministro italiano, Silvio Berlusconi, está tan bien acreditado que la Recomendación 1589 (2003) del Consejo de Europa, en su artículo 12 dice: “En Italia, el conflicto de intereses potencial entre las funciones políticas que ejerce el señor Berlusconi y sus intereses privados en la economía y los medios constituye una amenaza para el pluralismo de los medios si no se toman me-

didadas claras de salvaguarda, y muestra un mal ejemplo para las jóvenes democracias”.

## Portugal e Italia, dos casos excepcionales

El preámbulo del proyecto de ley de Estatuto del Periodista Profesional cita

a Italia y Portugal como ejemplos de referencia europeos. Se trata de una cierta perversión porque tanto la ‘Legge 3 febbraio 1963, n. 69 – Ordinamento della professione di giornalista’ italiana, como la “Lei nº 1/99 de 13 de janeiro” portuguesa, que aprueba el “Estatuto do Jornalista”, son excepcionales en el panorama mediático europeo. Ninguna de las dos está al diapason de los principios europeos de democracia que la UE consolida, ni de las tendencias y recomendaciones en materia de regulación de la



El Ordinamento della Professione di Giornalista italiano y el Estatuto do Jornalista portugués no están al diapason de los principios europeos de democracia.

---

---

profesión.

**Italia.** Tanto la ley italiana como la portuguesa son muy favorables a los periodistas por las condiciones laborales y retributivas que imponen, pero son difícilmente concebibles en sistemas liberales o neoliberales como los de la mayoría de los países euro-

peos, incluida Italia y Portugal. Junto a esas indiscutibles ventajas, las dos leyes de prensa contienen una arquitectura normativa de la profesión periodística que facilita la injerencia del Estado al igual que lo hará el Estatuto del Periodista Profesional propuesto al Parlamento español a través del Consejo Estatal de la Información que establece.

La Legge italiana de febrero de 1963 instituye el Orden de los Periodistas, que componen el Orden Nacional de los Periodistas con réplicas regionales e interregionales, y un Consejo del Orden, que es el órgano rector del mismo. Se trata de una organización poco adecuada en democracia por la dificultad de entender que se pueda ejercer ilegalmente el periodismo o que para ejercerlo haya que pasar un examen en el Orden y solicitar la inscripción en un registro que el Orden puede aceptar, rechazar o revocar.

El Consejo tiene amplias competencias en la vigilancia de la observancia de la ley, la tutela y el control tanto del título de periodista como del Registro de Periodistas, de adoptar medidas disciplinarias y, como dice el texto de la ley, de “vigilar la conducta y el decoro de los inscritos”.

La dependencia del Ordine del gobierno está fuera de duda e incluso tiene su sede en el Ministerio de Gracia y Justicia. Entre sus atribuciones figura la de dar su opinión al ministro, cuando le sea pedida, sobre pro-

yectos de ley y reglamentos relacionados con la profesión, decidir sobre los recursos contra las decisiones del Consejo en materia de inscripción o cancelación en el Registro de periodistas, y otros varios asesoramientos.

La misma ley dispone en su artículo 24 ‘Atribuciones del ministro de Gracia y Justicia’, que éste “ejercita la alta vigilancia del Consejo del Orden, y que mediante decreto motivado y después de haber escuchado la opinión del Consejo, puede proceder a la disolución de un Consejo Regional o Interregional que no cumpla con su deber”. Esa competencia del ministro incluye la de nombrar a un Comisario Extraordinario hasta que haya sido elegido un nuevo Consejo que sustituya al disuelto.

La inscripción en el Registro, que lleva aparejada la posibilidad o no de obtener el carné de prensa, establece una “prueba de idoneidad profesional” consistente en un examen del postulante que deberá tener lugar en Roma y ser aprobado.

El artículo 45 de la Ley dispone que nadie puede atribuirse el título ni ejercer la profesión de periodista si no está inscrito en el Registro profesional y recuerda que el castigo de esa violación está contemplado en los artículos 348 y 498 del Código Penal. El artículo 48 se refiere a los procedimientos disciplinarios contra los periodistas y el 51 fija las sanciones que pueden ser: amonestación, censura, suspensión temporal del ejerci-

cio de la profesión, y eliminación del Registro.

La nueva ley de prensa italiana de 26 de octubre de 2004, que modifica la ley de 1948, consagra la figura del director responsable (art. 3), del propietario del medio y las condiciones para poder serlo (art. 4), de la publicación obligatoria de las sentencias (art. 9), del resarcimiento del daño causado (arts. 11 y 12), de las penas por difamación (art. 13), y así sucesivamente hasta 25 artículos.

El marco normativo de la prensa en Italia lo completa el Contratto Nazionale di Lavoro Giornalístico que establece las diferentes modalidades de trabajo periodístico, los poderes del director, los horarios de trabajo, y un número importante de artículos sobre temas que en España son competencia de la dirección de un periódico o de los sindicatos.

El artículo 34 'Comité de Redacción' es, probablemente, el que ha inspirado la inclusión de un artículo similar en el texto del proyecto de Estatuto del Periodista Profesional actualmente en debate en el Congreso español. Entre sus funciones figura la de controlar la aplicación exacta del contrato de trabajo e intervenir para que sean observadas las normas de legislación social; intentar las conciliación de las controversias individuales y colectivas; expresar su opinión sobre las formulas técnico-profesionales adoptadas por el medio, y fijar los órganos de redacción.

La confusión de las funciones del Comité con las de la redacción y las del sindicato es inevitable, al igual que lo serán en el caso de los comités de redacción que prevé el proyecto de ley de (IUV-IU/ICV), si es aprobado.

En lo que concierne a la ética profesional, la Federazione Nazionale Stampa Italiana y el Consiglio Nazionale dell'Ordine dei Giornalisti aprobaron en 1993 una Carta de los Deberes del Periodista en línea con los códigos europeos, que figura como código deontológico de los periodistas italianos con la diferencia de que para ellos es obligatorio por ley. A él se une la Carta di Treviso que fija preceptos éticos para el tratamiento de la información relativa a menores.

**Portugal.** El caso de la legislación de prensa en Portugal es muy parecido al italiano en lo que concierne al encuadramiento de los periodistas y a la relación de éstos con el gobierno.

El Decreto-Ley nº 305/97 de 11 de noviembre, es consecuente con la decisión del Tribunal Constitucional que declaró inconstitucionales algunas disposiciones del Reglamento del Carné Profesional de Periodista aprobado por Decreto Ley de 1979 que atribuía a las asociaciones sindicales la competencia de expedir los títulos y la acreditación de los periodistas. Dispone que esa función de acreditación pase a una Comisión del Carné (Carteira) Profesional, presidida por un

magistrado e integrada por periodistas profesionales y representantes de los medios.

La ley nº 1/99 de 13 de enero aprobó un Estatuto del Periodista que define qué entiende por periodista (art. 1) y las incompatibilidades, muy parecidas a las del proyecto de Estatuto del Periodista Profesional español. La ley establece como “condición indispensable para el ejercicio de la profesión de periodista estar en posesión del título emitido por la Comissão da Carteira Profissional de Jornalista (art. 4.1) y, al igual que la ley italiana, prohíbe a las empresas de comunicación social admitir o mantener a su servicio como periodista profesional a quien no esté acreditado para ello.

Según la ley portuguesa, el acceso a la profesión se logra mediante un curso obligatorio que debe ser aprobado, de 24 meses de duración, que se quedan en 18 si el demandante posee ya un título superior, o en 12 meses si está en posesión de una licenciatura en el área de la comunicación.

## **El caso español**

La cultura política y democrática de cada país tiene mucho que ver con el grado de autorregulación que el poder está dispuesto a confiar a los periodistas, con los usos legislativos y judiciales y, en lo que concierne a la libertad de expresión y de imprenta,

con el derecho constitucional y la tradición histórica en este dominio.

España es el único país europeo en el que por razones históricas los derechos de prensa e información han estado más tiempo ausentes que en vigor. Entre 1938 y 1978 sufrieron un notable retroceso que coincidió paradójicamente con una etapa europea desde finales de la II Guerra Mundial en 1945 en que el derecho a la libertad de expresión entró de nuevo en plena expansión.

El franquismo constituye en la historia de Europa occidental el período más prolongado de ‘excepción’ en materia de libertades públicas y privadas. Veintiocho años en lo que a la libertad de expresión concierne, si damos por válida la interpretación de que la Ley Fraga de 1966 significa el final de un largo paréntesis, 40 años si nos atenemos a la visión más concordante con la realidad de que ese período llega hasta la promulgación de Constitución de 1978.

Pero no sólo el franquismo restringió las libertades y derechos relacionados con la información, la prensa y la imprenta. La historia constitucional del derecho de expresión, desde los tiempos más remotos, es extraordinariamente restrictiva. La primera referencia a lo que pudiera ser un embrionario derecho de prensa la encontramos en una Real Orden de Felipe IV, dada en Madrid a 13 de junio de 1627, sobre la “absoluta prohibición de imprimir papeles algunos sin las

licencias que se previenen”. La RO es tan expresiva que recogemos sin comentario su introducción: “No dexar que se impriman libros no necesarios o convenientes, ni de materias que deban o puedan excusarse, o no importe su lectura; pues ya hay demasiada abundancia de ellos, y es bien que se detenga la mano, y no salga ni ocupe lo superfluo...”

Felipe V sería un siglo más tarde más preciso aún y en su RO de 4 de octubre 1728 dispone que “El Consejo ordene al Ministro que es o fuere de las imprentas, haga notificar a los impresores de esta Corte, se abstengan de imprimir papeles, relaciones ni otra cosa alguna, por corta que sea...”. El mismo monarca ordena el 18 de diciembre de 1749 que “El Consejo se abstenga de dar licencia para impresiones relativas a materias de Estado, tratados de paces, y otros tales”.

Una mención ya directa a periódicos figura en la Real orden de 19/5/1785, dictada por Carlos III en Aranjuez, para que “el examen y licencias para imprimir los papeles periódicos, que no pasen de quatro o seis pliegos impresos, corra a cargo del Juez de Imprentas”. Sólo cinco años

después, Carlos IV, por resolución de 24/2/1790, ordena que “cesen los papeles periódicos a excepción del *Diario de Madrid*”. El 20 de enero de 1798 una RO llevaría la censura al extremo de ordenar a los justicias del reino “no permitir en las tiendas de los libreros conversaciones contrarias a nuestra constitución política”.

Será bajo la influencia de la Revolución francesa y la inauguración del período llamado constitucional, cuando por primera vez un Decreto IX de 10 noviembre de 1810, sobre libertad política de Imprenta, establezca la primera referencia constitucional al derecho a la libertad de expresión. El artículo 1º de ese Decreto dispone que “Todos los cuerpos y personas particulares, de cualquier condición y estado que sean, tienen libertad de escribir, imprimir y publicar sus ideas políticas sin necesi-

dad de licencia, revisión o aprobación alguna anteriores a la publicación, baxo las restricciones y responsabilidades que se expresan en el presente decreto”.

Se trata de la primera transposición al derecho español de la Declaración de los Derechos del Hombre y



En España, la primera referencia constitucional al derecho a la libertad de expresión data de 1810.

---

del Ciudadano de 26 de agosto de 1789 que iba a servir en toda Europa –en España, lamentablemente, con carácter muy efímero– y en las colonias, al inicio de un vasto movimiento de libertad que se traducirá en las guerras americanas por la emancipación de las metrópolis, y en el Viejo Continente, en el primer antecedente y referente de la actual democracia.

La Constitución de Cádiz de 1812, obra de los liberales españoles, introducirá los principios y las disposiciones de la Declaración de 1789 en el derecho constitucional español. El artículo 131 de la Constitución de Cádiz de 1812 calca, íntegro, el artículo 1º ya mencionado del Decreto IX de 10 de noviembre de 1810. Será la primera bocanada de aire de libertad en siglos en una España en donde tradicionalmente las escasas libertades había que inferirlas de lo que no prohibían taxativamente las ordenanzas y decretos reales. Durante los 20 años siguientes la Constitución de Cádiz será siempre citada en Europa como ejemplo de libertad de expresión y de prensa.

Durante la restauración de Fernando VII todo parece a punto de cambiar, y la Real Cédula de 12 de julio de 1830, por la que se aprueba el Reglamento de Imprentas, emplea un lenguaje muy diferente. El artículo 8º anuncia los nuevos tiempos al disponer que “los que quisieren escribir papeles, discursos o libros sobre mate-

rias pertenecientes a nuestro gobierno de España o de Indias, o sobre derogación o modificación alguna nueva, los dirigirán cerrados a S.M. por la vía que corresponda, o al Consejo para que sean examinados y puedan servir sus doctrinas para utilidad privada del Gobierno, y también pública, si mereciese su impresión”.

La Real orden de 1º de junio de 1834, “reglamento que ha de observarse para la censura de los periódicos establecidos por RD de 4 de enero de 1834”, puede ser considerada el entierro de los aires de libertad que en materia de prensa llegaron bajo el impulso de la Revolución francesa. La liquidación de la libertad de expresión está muy bien expresada en el artículo 5º, que dispone que “Los periódicos continuarán sujetos en todos sus artículos a previa censura, excepto los designados por el artículo 1º, es decir los relacionados con la técnica, las artes, las ciencias materiales y la literatura”.

La Constitución de 23 de mayo de 1845 vuelve en su artículo 2 a disponer que “todos los españoles pueden imprimir y publicar libremente sus ideas sin previa censura, con sujeción a las leyes”, pero la ley de Imprenta publicada el 22 de junio de 1864 bajo el reinado de Isabel II, siendo ministro de la Gobernación Antonio Cánovas del Castillo, volverá a establecer limitaciones al derecho de prensa y una larga lista de delitos que puede cometer la prensa periódica (con-



tra la religión; contra el rey y la familia real; contra la honra privada de los soberanos extranjeros o la de sus representantes acreditados en la Corte de España; contra la vida privada o en el ejercicio de su autoridad de los particulares o funcionarios, etcétera).

Las circunstancias habían obligado a la II República a aprobar el 21 de octubre de 1921 una Ley de defensa de la República que tratará a la prensa y a los periodistas de la manera restrictiva que parecía ser una constante histórica española, y en definitiva se proponía ser tan represiva y en buena parte de su articulado tan antidemocrática como otras legislaciones monárquicas anteriores. La Constitución de la II República, de 9 de diciembre de 1931, no obstante, vuelve a traer aires de libertad y en su artículo 34 dispondrá que “toda persona tiene derecho a emitir libremente sus ideas y opiniones, valiéndose de cualquier modo de difusión sin sujetarse a previa censura”, y que “en ningún caso podrá recogerse la edición de libros y periódicos sino en virtud de mandamiento de Juez competente”.

A pesar de todo, los periodistas y los medios españoles no podrían imaginar entonces el verdadero estado de excepción que introduciría, ya bajo el nuevo régimen nacional-sindicalista, la Ley de Prensa de 22 de abril de 1938.

Los siguientes párrafos de su preámbulo se explican por sí mismos:

“Uno de los viejos conceptos que el nuevo Estado había de someter más urgentemente a la revisión era el de la Prensa”; “no podía perdurar un sistema que siguiese tolerando la existencia de ese ‘cuarto poder’, del que se quería hacer una premisa indiscutible”; corresponden a la prensa “funciones tan esenciales como las de transmitir al Estado las voces de la Nación y comunicar a ésta las órdenes y directrices del Estado y de su Gobierno; siendo la prensa órgano decisivo en la formación de la cultura popular y, sobre todo, de la creación de la conciencia colectiva, no podía admitirse que el periodismo continuara viviendo al margen del Estado”.

El preámbulo de la ley concluye hablando de “los daños que una libertad entendida al estilo democrático había ocasionado a una masa de lectores diariamente envenenada por una Prensa sectaria y antinacional” y afirma que para “devolver a España su rango de Nación unida, grande y libre” es conveniente “dar unas normas al amparo de las cuales el periódico viva en servicio permanente del interés nacional...” La meta que se propone la ley, según reconoce, es “despertar en la Prensa la idea del servicio al Estado y de devolver a los hombres que de ella viven la dignidad material que merece quien a tal profesión dedica sus esfuerzos, constituyéndose un apóstol del pensamiento y de la fe de la Nación recobrada a sus destinos”.

El artículo 1º afirma que “incumbe al Estado la organización, vigilancia y control de la institución nacional de la Prensa periódica” y que “compete al Ministro encargado del Servicio Nacional de Prensa la facultad ordenadora de la misma”; el artículo 5º establece el Registro Oficial de Periodistas y el 6º la censura, que “corresponde al Jefe del Servicio de Prensa de cada provincia”.

El Fuero de los Españoles de 17 de julio de 1945, presentado como ley fundamental de derechos y deberes de los ciudadanos, establece en su artículo 12: “Todo español podrá expresar libremente sus ideas mientras no atenten a los principios fundamentales del Estado”. El artículo 35 precisa, no obstante, que los artículos 12, 13, 14, 15, 16, y 18 “podrán ser temporalmente suspendidos por el Gobierno total o parcialmente mediante Decreto-Ley”.

El artículo 2º de la Ley de Prensa de 1966, que su promotor, Manuel Fraga, consideró primera apertura del régimen en materia de información y de prensa, dice: “La libertad de expresión y el derecho a la difusión de informaciones, reconocidos en el artículo primero, no tendrán más limitaciones que las impuestas por las leyes. Son limitaciones: el respeto a la verdad y a la moral; el acatamiento a la Ley de los Principios del Movimiento Nacional y demás Leyes Fundamentales; las exigencias de la defensa nacional, de la seguridad del Estado y

del mantenimiento del orden público interior y la paz exterior”

En realidad la verdadera apertura no vendrá hasta la Constitución de 1978 cuyo artículo 20 “reconoce y protege” el derecho a “expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de reproducción”. No obstante, a diferencia de la mayoría de las constituciones europeas, el artículo 20 mezcla el derecho a la libertad de expresión con el “derecho a la producción literaria, artística, científica y técnica”; la “libertad de cátedra”, y añade un párrafo 3 que tiene como objetivo prever la posterior regulación y organización por ley “de los medios de comunicación social dependientes del Estado”, los famosos Medios de la Cadena de Prensa del Movimiento, para entonces ya inexistentes.

El artículo 20 establece que la ley compatibilizará posteriormente los derechos de prensa que garantiza con otros derechos también garantizados en la Constitución, pero no proclama expresamente la abolición de la legislación de prensa franquista, un gesto que hubiese sido simbólicamente importante, muy en especial la Ley Fraga de 1966 que en realidad no es más que la adaptación de la Ley de Prensa de 1938 a los nuevos tiempos e imposiciones democráticas desde Europa.

Ese encuadramiento político e ideológico de la prensa y de los periodistas sobre todo en los 40 años de

franquismo, aquella multiplicación de Secretarías Locales, Provinciales, Nacionales, Jefaturas, Registro Oficial de Periodistas, Servicio Nacional de Prensa, Carné de Prensa, Escuela Oficial de Periodismo, etc, nos recuerdan una etapa que la inmensa mayoría desea olvidar y que prefiere que no le recuerde ningún Estatuto del Periodista Profesional, aunque sea con otras intenciones.

Esa es la historia que explica también la especial aversión de los periodistas españoles a toda forma de regulación y de organismos de control como el Consejo Estatal de la Información que establece el proyecto de ley de Estatuto del Periodista Profesional.

## El Estatuto del Periodista Profesional

Cuando todavía no estamos seguros de si fuimos o no el cuarto poder que incluso los señores diputados creen que fuimos o que somos, se habla ya, sobre todo en Estados Unidos, que es donde se han producido en los dos últimos siglos las ideas más innovadoras en materia de prensa e información, de un supuesto quinto poder que se afirma como contrapoder

no solamente de los tres poderes clásicos, sino de ese cuarto poder o capacidad de influencia que en realidad han usurpado al periodista las grandes empresas de la comunicación.

Unas empresas que la diputada Isaura Navarro, recurriendo a una cita de G. K. Chesterton, parecía querer presentar con los aires de Mayo del

68 que la frase tiene: “El capitalista y el editor son los nuevos tiranos que se han apoderado del mundo. Ya no hace falta que nadie se oponga a la censura de la prensa, no necesitamos una censura para la prensa, la prensa misma es la censura. Los periódicos comenzaron a existir para decir la verdad y hoy existen para impedir que la verdad se diga”.

Crea lo que crea doña Isaura, la mayoría de los periodistas y de la sociedad misma nos situamos hoy en una amplísima franja intelectual,

política y humana moderada, que tiene en sus bordes a los radicalismos residuales de izquierda y de derecha. Eso implica mayor disposición –por otra parte democrática– a los compromisos. Uno de esos compromisos es el de la comprensión menos partidista de nuestra propia situación.

La autorregulación es lo que prevalece en la mayoría de los países de la Unión Europea.

Los periodistas tenemos grandes problemas de carácter laboral. Como señala el *Informe Anual de la Profesión Periodística 2004*, editado por la Asociación de la Prensa de Madrid, los principales problemas que los propios periodistas creen que aquejan a la profesión son el paro, la precariedad laboral, el intrusismo, las bajas retribuciones y el empleo de estudiantes y becarios en tareas inadecuadas. También señala el informe que los problemas de carácter laboral se perciben con mucha mayor intensidad que los de naturaleza ética, política y de organización profesional.

La cuestión es saber si la proposición de ley que aquí comentamos responde a los problemas de los periodistas, o a los de los partidos y de los sindicatos. El proyecto de Estatuto del Periodista Profesional dedica el Capítulo I (8 artículos), a cuestiones de titularidad, título, clases de periodistas, e incompatibilidades; el Capítulo II (2 artículos), lo consagra a los deberes –más deberes– del periodista; el Capítulo III (10 artículos), a los derechos, la mayoría de ellos más propios de leyes específicas que de un Estatuto; el Capítulo IV (un solo artículo) está dedicado a la figura del Director; el Capítulo V (3 artículos) a los Comités de Redacción, que propone que la ley imponga a las empresas. El resto, nueve artículos más y ocho disposiciones adicionales, se concentra en lo que en realidad será la perla de la ley, el Consejo Estatal de la Información que ins-

tituye, tan evocador de traumas pasados ya superados.

La proposición de ley incluye un anexo de 15 artículos más, o Código Deontológico, que quiere imponer igualmente por ley aún cuando los periodistas estamos dispuestos a respetarlo voluntariamente, y lo coloca bajo la jurisdicción del Comité Estatal de la Información, a contracorriente de la autorregulación que prevalece en la mayoría de los países de la Unión Europea.

## Apuntes de un debate parlamentario

El debate para la admisión a trámite del proyecto de ley de Estatuto del Periodista Profesional nos invita a preguntarnos cómo contempla cada grupo parlamentario su apoyo al proyecto. La respuesta la tenemos en las réplicas a la ponencia, defendida por la diputada del Grupo Parlamentario de IUV-IU/ICV Isaura Navarro Casillas (la rechazada en diciembre de 2003 había sido defendida por el diputado Felipe Alcaraz Masats).

Con la excepción del grupo IUV-IU/ICV, los otros grupos parecen creer que el proyecto de ley no ha sido suficientemente madurado. El representante del Grupo Popular, Gabriel Cisneros Laborda, rechazó la proposición, recordó que también la había rechazado en 2003, y expuso las inconsistencias jurídicas que en su opinión comporta el proyecto de IUV-

IU/ICV. El representante del Grupo Socialista, Ramón Jáuregui Atondo, lo llamó “un proyecto sinceramente malo” que “no recoge derechos y deberes propiamente como un proyecto de ley, sino más bien vagas declaraciones de principios”.

Luis Mardones Sevilla, representante de Coalición Canaria, afirmó que no sabía si las palabras empleadas en defensa del proyecto por la diputada Navarro Casillas “están dictadas desde una exigencia de la profesión o por un interés político”. Según él, “hacer desde la Cámara el traje a los periodistas sin que ellos digan las medidas que tienen y si les queda estrecho o ancho es muy delicado en una sociedad democrática donde la libertad de expresión, la libertad de prensa es todo un valor constitucional que está escrito con claridad, negro sobre blanco, en el texto de nuestra Constitución”.

Tampoco fue indulgente con la proposición el diputado Jordi Xuclá i Costa, del Grupo Catalá (CiU) quien entendió, al igual que el representante de Coalición Canaria, que una proposición de ley como ésta debe ser concertada con los profesionales. “Nuestro grupo parlamentario”, dijo, “que tiene mucha menos vocación intervencionista, no alcanza a comprender la necesidad de la creación de un Consejo Estatal de la Información.”

Sólo el diputado Joan Puig Corción, de Esquerra Republicana de Catalunya, se alineó con la propuesta de

IUV-IU/ICV. Motivó su apoyo con el argumento de que “los episodios de manipulación informativa en medios públicos y privados en los últimos meses han comportado una inevitable secuela de pérdida de prestigio de los periodistas.” Por cierto, que Puig Corción dejó caer la posibilidad de introducir “algún debate sobre la cuestión del conocimiento de las lenguas del Estado español para la acreditación de periodistas, cuestión fundamental en cualquier medio plural tanto público como privado”.

José Ramón Beloki Guerra, por el Grupo Parlamentario Vasco (EAJ-PNV), sostuvo que se trata de desarrollar el derecho a la libertad de expresión que recoge el artículo 20 de la Constitución, pero estimó que su grupo tiene “más preguntas que respuestas después de la lectura de la proposición de ley”, y con una claridad encomiable declaró: “Nosotros creemos que al día de hoy las medidas que se proponen no cuentan con el suficiente apoyo, seguramente ni en el propio mundo periodístico”.

La diputada Navarro Casillas insistía no obstante en el Congreso en considerar como “contundente análisis” que “se encuentra más en vigor que nunca”, lo que no era más que una simple cita de Chesterton, que figura como cínica entre las docenas de citas del genial autor inglés, liberal y amigo de Bernard Shaw. Periodista él mismo, Chesterton se permitía reflexiones cáusticas sobre su propia pro-

fesión, probablemente sin imaginar que alguna de ellas pudiera ser utilizada para enmarcar conceptualmente la defensa de un proyecto de Estatuto del Periodista Profesional.

Siguiendo su argumentación, la diputada Navarro añadió, sucumbiendo a la retórica del ‘cuarto poder’ de la que hasta los periodistas nos hemos ya liberado, que “prensa y periodistas, como cuarto poder constituían un contrapoder, cumpliendo con su deber de denunciar atropellos, discriminaciones y abusos. A través de ese cuarto poder, los ciudadanos podían criticar, rebatir, oponerse en un marco democrático a las decisiones legales, que podían ser inicuas o injustas. Sin embargo, hoy día los medios de comunicación ya no se plantean como objetivo cívico ser ese cuarto poder para corregir los disfuncionamientos de la democracia.”

Cuánto nos agradecería a los periodistas que nuestra propia historia y la del periodismo fuera así, pero no lo fue. Como la vida misma, como la historia de la política y de los políticos, la de los periodistas transcurre en una escala de grises alejada de las visiones heroicas con que parecía contemplarla la diputada Navarro.


## Conclusión

En este principio de siglo XXI los periodistas, los políticos, y la sociedad misma, hemos alcanzado un grado de madurez que soporta mal tuteladas

innecesarias y disposiciones que nos obliguen a observar principios y normas que estamos por otra parte dispuestos a respetar voluntariamente. La madurez incluye la posibilidad de autorregularnos en todos aquellos dominios que la ley, por su propia naturaleza, no puede contemplar como es el de los comportamientos éticos y la conciencia individual.

No es muy seguro que el mundo de la prensa necesite un Estatuto de la Profesión Periodística como el presentado al Congreso de los Diputados, que parece más bien dirigido a un periodismo que ya no existe. Lo que sí puede que fuese útil es un nuevo ‘contrato social’ entre los poderes, los medios, los periodistas, la sociedad, y los usuarios, que dignifique a nuestra profesión y sobre todo a nuestra democracia.

Para lograrlo no es necesario abrumar más de lo que ya está al periodista de a pie con carnés obligatorios, registros imprescindibles y Comités Estatales de la Información. Al Parlamento le corresponde legislar para armonizar el derecho fundamental de la libertad de información y los derechos de los periodistas con los derechos de los demás ciudadanos, y a los jueces exigir el cumplimiento de las leyes e imponer las sanciones que correspondan.

Para todo lo demás, el grueso de los periodistas españoles hemos superado la pubertad y mereceríamos ser tratados como adultos. 

# Periodista esencial, algo más que ágil reportero

El periodismo esencial es un sistema de clasificación de la realidad, mediante operaciones de selección y valoración, por aplicación de factores de importancia e interés, que nos proporcionan una interpretación mundial, una *imago mundi*, subjetiva, por supuesto, capaz de crear una nueva realidad. Es, dice el autor, el periodismo que ha de alumbrar la Universidad y el que ha de establecerse en el siglo XXI.

## ENRIQUE DE AGUINAGA

**T**anto en el curso de doctorado, ‘Libertad de expresión y profesión periodística’, de la Universidad Complutense, como en el curso de máster, ‘Profesión periodística’, del diario *Abc*, me he dedicado, y aún sigo en ello, a duchar con agua fría la entusiasta ingenuidad de los estudiantes de Periodismo, generalmente desinformados o mal informados, en este punto, a lo largo de la licenciatura.

El siglo XX ha estado recorrido, de cabo a rabo, por el debate de la profesionalización del ejercicio del Periodismo, debate que todavía no ha lle-

gado a una conclusión y conclusión que no se avizora, náufraga en un mar de confusiones.

La profesión periodística se confunde con el oficio periodístico, con la empresa periodística, con la libertad de expresión e información, con la literatura, con la política y con el propio Periodismo. Así, al menos, lo explico y documento en mis cursos.

La llamada profesión periodística, rodeada de todo género de ditirambos y dicerios, es consecuencia de la aparición de la empresa periodística y tan de este siglo XX, que suele aceptarse, de acuerdo con Hohenberg, que

**Enrique de Aguinaga**, de la Real Academia de Doctores, catedrático emérito de la Universidad Complutense.


“la profesionalización del Periodismo comienza hacia 1920 en los Estados Unidos y, en Europa, a lo largo del período de entreguerras”<sup>1</sup>.

Como se dice en el discurso científico, por lo menos, tenemos la ventaja de la reducción del campo. Hablamos del periodista y sólo del periodista. Pero esto es, al mismo tiempo, un grave inconveniente, porque llegamos al siglo XXI sin saber ciertamente quién es periodista, en qué consiste eso de ser periodista.

Podría presentar muchas pruebas de este aserto desconcertante. Los cartapacios de mis clases las tienen a rebosar. Pero me voy a concentrar en una prueba de calidad: la prueba del Congreso de los Diputados.

En 1994 la Comisión Constitucional del Congreso de los Diputados llamó a comparecencia a 14 prohombres del Periodismo, de la Empresa, de la Enseñanza y del Derecho para formularles la pregunta que, desde hace muchos años, viene repitiéndose, con escaso resultado, en foros y congresos especializados: ¿quien es periodista?<sup>2</sup>

Queden para la historia los nombres de los 14 prohombres consultados: Miguel Ángel Aguilar, comentarista de *El País*; José Luis Gutiérrez, director de *Diario 16*; Pedro José Ramírez, director de *El Mundo*; José María García, director de Deportes de la COPE; Iñaki Gabilondo, director del programa ‘Hoy por hoy’ de la cadena SER; Jesús de la Serna, presidente de la Fe-



Suele aceptarse, de acuerdo con Hohenberg, que “la profesionalización del Periodismo comienza hacia 1920 en los Estados Unidos, y en Europa, a lo largo del período de entreguerras”.

deración de Asociaciones de la Prensa de España (FAPE); Eugenio Galdón, consejero-delegado de Cadena de Ondas Populares de España (COPE); Javier Fernández del Moral, decano de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense; Marc Carrillo, letrado y miembro de la Junta Electoral Central; Juan Luis Cebrían, consejero-delegado de PRISA, editora de *El País*; Jesús Santaella, decano del Servicio Jurídico de la Asociación de la Prensa de Madrid; Josep Pernau, decano del Colegio Profesional de Periodistas de Cataluña; Antonio Petit, res-



ponsable de la Comisión Deontológica de la FAPE; y Pascual Sala, presidente del Consejo General del Poder Judicial.

En el *Diario de Sesiones del Congreso de los Diputados*, he leído atentamente las declaraciones de tan selecto concurso, que, en tres jornadas<sup>3</sup>, sumaron 15 horas de parlamento. Y me he quedado como dicen que se quedó el negro del sermón, con la cabeza caliente y los pies fríos, ya que, en conclusión, nada se concluye sobre la definición de periodista.

“Problema gravísimo, definición muy confusa que ha quedado en manos de la empresa y que hay que dejar para más adelante” (Miguel Ángel Aguilar). “Cuestión espinosa en la que no entraré” (José Luis Gutiérrez). “Me parecería una catástrofe que de esta iniciativa legislativa se derivase cualquier tipo de definición restrictiva de lo que es un periodista” (Pedro José Ramírez). “Un profesional” (José María García). “No lo sé” (Iñaki Gabilondo). “Intentar definir al periodista en estos momentos me parece que es absolutamente imposible. Según la Constitución, todos los ciudadanos españoles son periodistas” (Jesús de la Serna). “Todo señor que escribe en un periódico o que habla por la radio habitualmente y que hace, más o menos, una profesión de ello” (Eugenio Galdón). “Los debates sobre la definición profesional del periodismo están introducidos en dialécticas decimonónicas” (Javier Fernández del Mo-


ral). “Un tema enormemente complejo” (Marc Carrillo). “No tengo una definición de periodista” (Juan Luis Cebrián). “Para mí, son periodistas los que obtienen información para comunicarla por cualquier medio” (Jesús Santaella). “La ley no tiene por que definir quién es periodista” (Josep Pernau). “No tenemos un consenso suficiente que resuelva el problema nunca resuelto de quién es periodista” (Antonio Petit). “Están bien las definiciones que profesan las dos proposiciones de ley” (Pascual Sala, refiriéndose a las proposiciones de ley del secreto profesional y de la cláusula de conciencia).

En la última sesión, el diputado del grupo socialista Del Pozo resumió las 14 comparencias con estas palabras, que son toda una sentencia: “Acepto lo que todos los comparecientes casi unánimemente y los propios compañeros de la Comisión estamos constatando: que es imposible e indeseable intentar dar una definición de periodista”.

Repito. La definición de periodista no solo es imposible, sino que, además, es indeseable. Imposible e indeseable.

Y esto como resumen de la opinión de 14 prohombres y proclamado en el Congreso de los Diputados, templo supremo de las leyes.

Se trataba, en efecto, no sólo de definir al periodista sino también de dar con la definición legal para que el periodista definido, como destina-



En el umbral del siglo XXI,  
seguimos sin definición legal  
del periodista, a merced  
del arbitrio de todos  
los definidores espontáneos.

tario de estos derechos, figurase al frente de las leyes del secreto profesional y de la cláusula de conciencia, determinadas por la letra d) del apartado 1 del artículo 20 de la Constitución.

Se dieron muchos rodeos y, finalmente, se cortó por lo sano: no prosperó la ley del secreto y, de la ley de la cláusula de conciencia, se suprimió el artículo primero y, con él, la definición del sujeto del derecho. Es decir, algo así como la curación del dolor de cabeza mediante la guillotina.

Por lo tanto, en el umbral del siglo XXI, seguimos sin definición legal del periodista, a merced del arbitrio de todos los definidores espontáneos. Lo que permite, por ejemplo, que el padre Apeles<sup>4</sup>, Cristina Tárrega<sup>5</sup>, Carlos Ferrando<sup>6</sup> o Antonio Banderas<sup>7</sup> se atribuyan o reciban este título en letras de Prensa. Menos mal que Antonio Gala ha explicado con todo detalle que no se considera periodista<sup>8</sup>.

La palabra periodista es relativamente reciente.

López de Zuazo<sup>9</sup> examina el proceso y, partiendo de otras denominaciones (papelistas, escritores periódicos, diaristas, gaceteros, gacetistas, autores públicos, jornalistas, mercuristas, etc.), ofrece los siguientes registros: primera aparición del término periodista, en 1763; segunda aparición, en 1787; se repite desde 1812; se generaliza a partir de 1820; ingresa en la Academia en los discursos de Eugenio Sellés (1895) y Juan Valera (1898); se matiza como periodista profesional en 1928; y ahora impregna los términos de reportero, informador, redactor, columnista, comunicador y tantos otros afines.

## Treinta señas para identificar periodistas

Con estos orígenes, llegamos a la situación actual, que se puede perfilar con las 30 proposiciones siguientes, contrastadas por la experiencia y el

## ●●● El periodismo esencial

análisis. Cada una de ellas, claro está, es objeto de desarrollo pormenorizado en mis clases y aquí las expongo como enunciados provocativos:

1. El periodista es aquel que es empleado como tal. De modo que, en definitiva, el periodista es creado por la empresa. Lo que equivale al supuesto de que los arquitectos fueran creados por los constructores.

2. El periodista es un profesional de hecho (y, por lo tanto, maltratable, digo humorísticamente), en cuya ponderación, a falta de la definición legal, se ha consagrado una expresión tan forestal como escasamente científica: periodista como la copa de un pino.

3. El periodista apenas se ha enterado de que el Registro Profesional de Periodistas, heredero del Registro Oficial, ha devenido en un mero censo privado, propiedad de la FAPE, carente de la nota legitimadora para el ejercicio profesional, que tuvo en el pasado<sup>10</sup>.

4. El periodista no busca la verdad, axioma tan elemental que no hace falta apoyarlo en Walter Lippmann. El periodista busca la noticia, que no es lo mismo, ni mucho menos.

5. El periodista, que habla enfáticamente de mi periódico, a sabiendas de que otro es su propietario, no pasa de ser un empleado de una empresa, que, como herramienta, le emplea mientras que es útil.

6. El periodista no comunica in-

formación (derecho reconocido a todos los ciudadanos en el dichoso artículo 20 de la Constitución), sino que se limita a elaborarla para que otro la comunique.

7. El periodista, vinculado a la empresa por relación laboral, no es exactamente el director (provisto del derecho de veto, a caballo, entre la Redacción y la Empresa con la que se identifica necesariamente), ni el editor ni el empresario, que son quienes, en definitiva, comunican la información, porque para eso están directamente vinculados a la empresa, por relación de confianza, y la representan, en cuanto industria que tiene la información como su producto.

8. El periodista no ejerce una profesión, sino una actividad y, mucho menos, ejerce una profesión titulada y colegiada, de las reconocidas en el artículo 36 de la Constitución.

9. El periodista, a diferencia de los profesionales titulados y colegiados, no puede invocar el artículo 403 del Código Penal para defenderse del intrusismo.

10. El periodista no tiene reconocidos los actos propios de la profesión, que señalan el área de competencia de todas las profesiones, actos propios que están legalizados en aquel mismo artículo 403 del Código Penal.

11. El periodista, al que el arbitrio ha dedicado una variada y numerosa colección de códigos deontológicos, carece de un código deontológi-

El periodista pertenece a una pretendida profesión, definida por los propios periodistas como desregulada, desvertebrada, desprotegida o atomizada.

co formalizado al que imperativamente se someta su ejercicio profesional.

**12.** El periodista sigue clamando por un convenio marco, norma laboral específica de aplicación general a todas las empresas, acogidas ahora a los convenios particulares, en cuya discusión el periodista es una parte minoritaria del personal empleado.

**13.** El periodista pudo leer la declaración de la FAPE, en el Día Mundial de la Libertad de Prensa, en la que se afirma: “El deterioro, cada vez mayor, de las condiciones laborales del

periodista en España atenta directamente contra la libertad de Prensa (la falta de convenios colectivos; la excesiva precariedad laboral; las diferentes condiciones de trabajo en Prensa, que en ocasiones sufre la mujer; la búsqueda exclusiva de la rentabilidad económica por ciertas empresas con absoluto desprecio de la calidad de la información; los ‘contratos basura’ con sus correspondientes ‘sueldos basura’ para periodistas jóvenes; el trabajo de periodistas ‘en prácticas’ y los ‘becarios’ absolutamente gratuitos cuando encubren puestos laborales; y el abuso de la figura del periodista autónomo...)”<sup>11</sup>.

**14.** El periodista carece de un estatuto profesional legalizado con carácter general, cuyo vacío, a veces, sólo a veces, se cubre simbólicamente, sólo simbólicamente, con los particulares y escasos Estatutos de la Redacción de cada medio<sup>12</sup>.

**15.** El periodista pertenece a una pretendida profesión, definida por los propios periodistas como desregulada, desvertebrada, desprotegida<sup>13</sup> o atomizada<sup>14</sup>. Por su autoridad, sobre todos los juicios peyorativos, sobresale el razonamiento del gran maestro Walter Lippmann, ante el IPI, areópago de la Prensa mundial: “El periodismo es todavía una profesión subdesarrollada”<sup>15</sup>.

**16.** El periodista, representado en la II Convención celebrada en Valladolid, en 2000, ha acordado exponer al ministro de Trabajo “los graves pro-

blemas laborales y de precariedad en el trabajo, que afectan a un buen número de colegas”<sup>16</sup>.

**17.** El periodista no ha sabido, no ha querido o no ha podido hacer lo que en alguna ocasión han hecho todos los demás españoles: ejercer el derecho a la huelga reconocido en el artículo 28 de la Constitución.

**18.** El periodista, si no ha estudiado la índole de su oficio (que es lo corriente), ignora su condición de ruedecilla de un reloj que cumple con exactitud sus rotaciones sin saber la hora que es.

**19.** El periodista, si ha estudiado la índole de su oficio (cosa que no ocurre necesariamente en las facultades de Periodismo), sabe que tiene la independencia del pez en la pequera y que darse con los morros en el vidrio no conduce a nada<sup>17</sup>.

**20.** El periodista no puede discrepar de las decisiones que su empresario, solo o en compañía de otros (en una finca, a ser posible), adopte sobre la tendencia del periódico o más concretamente sobre los apoyos electorales, mientras que, por encima de la cabeza del periodista, silban las balas de la llamada guerra mediática.

**21.** El periodista se entera de que “la libertad en abstracto no existe”, porque lo ha dicho Alfonso de Salas, presidente de la editora de *El Mundo*, a propósito del lance de Casimiro García-Abadillo, director adjunto de ese diario, excluido de Onda Cero por sus

informaciones sobre el presidente de Telefónica<sup>18</sup>.


**22.** El periodista, al mismo tiempo, se entera de que los representantes de los grupos empresariales Correo, Prensa Española, Recoletos, Telefónica Media, Unidesa, Efe, Prensa Ibérica, Prisa y Zeta, reunidos en Santander, han declarado la necesidad de mejorar la formación de los periodistas<sup>19</sup>.

**23.** El periodista leerá el editorial de su periódico como un lector más y apreciará, del mismo modo, la opinión de los columnistas, que, en su condición de colaboradores, generalmente no pertenecen a la plantilla de la Redacción.

**24.** El periodista, para no trabajar en balde, tendrá el cuidado elemental de enterarse, lo antes posible, de los temas o personas que no son gratos al periódico que le emplea.

**25.** El periodista, según Menéndez Pelayo, pertenece a una “mala y diabólica ralea”; según Ortega, es “una de las clases menos cultas de la sociedad”; y según Herrera Oria, se inserta en una “tradición incivil y bochornosa”. Y, para aceptar con humor estos dicterios, el periodista ha hecho suyo otro más sarcástico: “No le digas a mi madre que soy periodista. La pobre se cree que trabajo como pianista en un prostíbulo”.

**26.** El periodista, si es periodista responsable, “amará el Periodismo porque no le gusta”, en evidente paráfrasis joseantoniana.



El periodista, si ha estudiado la índole de su oficio, sabe que tiene la independencia del pez en la pecera y que darse con los morros en el vidrio no conduce a nada.

27. El periodista, empleado de una empresa, trabajador por cuenta ajena, sabe que el que paga manda y que como dice la copla flamenca: “Desgraciaito quien come / el pan por manita ajena / siempre mirando a la cara / si la pone mala o güena”<sup>20</sup>.

28. El periodista no siempre tiene conciencia de su función, por encima del éxito o de la eficacia, y no siempre distingue que no toda Prensa, toda Radio o toda Televisión es Periodismo.

29. El periodista ilustrado se sabe mandatario de la sociedad para el

cumplimiento del derecho fundamental de los ciudadanos a la información, no solo, como limitadamente dice la Constitución (comunicar o recibir), sino, cabalmente, como el derecho del ciudadano a estar informado, que no es lo mismo y es mucho más que lo que reconoce la Constitución.

30. El periodista, en su doble dimensión de mandatario de la sociedad y, a la vez, empleado de una empresa, sabe que la realidad dominante le reduce a la condición unidimensional de asalariado.

Esta letanía, abreviada y realista, es, según mi experiencia y mi análisis, el apunte del periodista de hoy, en el umbral del siglo XXI.

¿Que este apunte es áspero? ¿Que este apunte es ingrato?

A mí me preguntan por el periodista en el umbral del siglo XXI y yo respondo, haciendo, una vez más, de aguafiestas.

No le cuentes las desgracias a los amigos suele decirse y se añade: que les divierta su madre. También viene a cuento la definición de grosería: lo que se comete cuando te preguntan “¿qué tal?” y contestas la verdad.

## **De la ensoñación a la ciencia, pasando por la ética**

Con todo, el periodista ha sido considerado como héroe característico del siglo XX. Así lo ve Ricardo Sanabre: “Como profesión (el periodismo) cons-

## ●●● El periodismo esencial

tituye el horizonte soñado de miles de jóvenes en universidades de todo el mundo... las ensoñaciones juveniles, alimentadas, sobre todo, por ciertas formulas narrativas del cine norteamericano, proyectan sobre la figura del periodista el aura de prestigio que le proporcionan factores como la supuesta existencia cosmopolita, una vida llena de emociones y la posibilidad de aclarar misterios insondables de la sociedad, desde un turbio asesinato hasta un caso de corrupción colectiva.”

“Luego –añade Sanabre–, la realidad de las Redacciones se encarga de disipar las brumas de la utopía y rebajar muchas ilusiones hasta dejarlas a ras de tierra. Pero ¿qué más da? Llegarán otros jóvenes, otras generaciones igualmente atraídas por el señuelo de vida brillante, azarosa y entregada a la lucha por la verdad, y la historia comenzará de nuevo<sup>21</sup>.”

Hay, en términos generales, la tendencia a confundir al periodista con el sistema industrial que le emplea y, frecuentemente, se cae en la ingenuidad de abochornar al conductor del autobús con reclamaciones a la empresa de transportes. El conductor, por supuesto, se defiende: “Eso no me lo diga a mí, que soy un simple empleado. Eso dígaselo usted al señor Alcalde, que es el que manda”.


Hay la cruda realidad de la sociedad capitalista y el sistema de mercado en que vivimos. Ningún empresario instala una empresa, de muy al-

tos costes, para abandonar sus objetivos en manos de sus empleados, supestamente independientes. Esta es, en expresión muy razonable de Guillermo Luca de Tena, “la irrenunciable libertad de todo empresario de mandar en su casa”<sup>22</sup>. Esta es, en expresión de Carrascal, “la ley de la propiedad, base del sistema que nos rige”<sup>23</sup>.

Hay algo más. Hay, ciertamente, una dimensión ética y una dimensión científica, en las que se redimen las servidumbres del periodista, por encima de las circunstancias, de las técnicas y de los condicionamientos, en el plano superior y permanente de lo esencial.

Hay dos textos del año 2000, que conviene repasar: el discurso de Juan Pablo II con ocasión del jubileo de los periodistas<sup>24</sup> y *Ética en las comunicaciones sociales*<sup>25</sup>, documento del Consejo Pontificio de las Comunicaciones Sociales.

Es notable y significativo el hecho de que mientras el Papa se dirige a los “queridos periodistas” y repite otras tres veces el término periodista, esta palabra no aparece ni una sola vez en el documento del Consejo Pontificio, que refiere “a quienes controlan los medios de comunicación social y determinan sus estructuras, sus políticas y sus contenidos: funcionarios públicos y ejecutivos de empresas, miembros de consejos de administración, propietarios, editores y gerentes de emisoras, directores, je-



Ningún empresario instala una empresa, de muy altos costes, para abandonar sus objetivos en manos de sus empleados, supuestamente independientes.

fes de redacción, productores, escritores, corresponsales y otras personas”.

De modo directo y reiterativo, el Papa insta a los periodistas para que no se rijan sólo por las fuerzas económicas, por los beneficios e intereses partidarios, para que no escriban o transmitan sólo en función del índice de audiencia.

En definitiva (permítaseme esta interpretación docente), el Papa está predicando la salvación del periodista unidimensional para que, en expresión de Lippmann, sea periodista res-

ponsable; es decir, periodista de la importancia por encima del periodismo de lo interesante; es decir, periodista del interés público, por encima del interés del público. Lo cual no deja de ser una invitación al heroísmo.

También los públicos tienen obligaciones éticas, afirma el documento del Consejo Pontificio, que centra la cuestión en la idea de que los medios de Comunicación Social no hacen nada por sí mismos, sino que son instrumentos o herramientas que se usan de uno u otro modo, que pueden usarse para el bien y para el mal.

Dejo para el final, como profesor de la asignatura, un apunte sobre la dimensión científica del Periodismo y, por ende, de su agente, el periodista.

Aunque algunos sigan todavía en el periodismo de Larra y no se hayan enterado, esta sí que ha sido efectivamente, sin duda alguna, la gran novedad periodística del siglo XX, que tendrá que perfeccionarse en el siglo XXI: la aparición y desarrollo de la Ciencia de la Información y la construcción de la Teoría del Periodismo en el seno de la Universidad.

Todavía falta para desprenderse definitivamente de los tópicos del periodismo de filiación literaria y política, del periodismo decimonónico, y entrar el periodismo de precisión, propio del siglo XXI.

Todavía en los planes de estudios de la Universidad Complutense figuran la Teoría de la Información, la



## ●●● El periodismo esencial

Teoría de la Comunicación e, incluso, la Teoría de la Publicidad y no se ha incorporado, por incompetencia, la Teoría del Periodismo.

Todavía se confunden reporterismo, literatura y periodismo, que es como confundir al arquitecto con el albañil o al arquitecto con el decorador. Todavía se postula el periodismo de la intrepidez y del brillo. Todavía, ¡Dios mío!, se discute la formación específica del periodista, en cuanto técnico de la información, y se alaban el periodismo de inspiración artística, el periodismo de genoma<sup>26</sup> y el periodista como una especie de enciclopedista para pobres.

Todavía seguimos con la vaca sagrada del estilo periodístico, con las supersticiones de la Redacción Periodística, entre el Miranda Podadera y el *lead*, sin enterarnos de que el periodismo esencial es un sistema de clasificación de la realidad, mediante operaciones de selección y valoración, por aplicación de factores de importancia e interés, que nos proporcionan una interpretación mundial, una *imago mundi*, subjetiva, por supuesto, capaz de crear una nueva realidad.

Y ya he dado el telegrama de la Teoría del Periodismo.

Esta es la raya del paso del siglo, este es el umbral periodístico del siglo XXI. Este es el Periodismo como *periodificación* y el periodista como *periodificador*, que alumbró al profesor Beneyto, en 1957, y que he desarrollado perseverantemente en la Uni-

¿Vamos a perpetuar el modelo del periodista unidimensional, sumiso empleado de la industria de la información?

versidad Complutense, como mi investigación de cátedra.

Este es el periodismo que no busca la información, sino el conocimiento por depuración de las informaciones.

Lo que pasa es que del sistema periodístico, del periodismo esencial, de la clasificación de la realidad se desprenden inmediatamente consecuencias, resultados, aplicaciones e influencias, con las que se trafica, al mismo tiempo que provocan, con todas sus ferocidades, la lucha por el dominio de la información, que es una forma de la lucha por el poder,

haciéndonos creer que consecuencias, resultados, aplicaciones e influencias son el periodismo propiamente dicho.


Las consecuencias, resultados, aplicaciones e influencias del periodismo no son el periodismo mismo, como la hiedra no es el árbol que envuelve y oculta. La esencia de la aviación no es la meteorología, el transporte, el bombardeo o la vigilancia, que son aplicaciones. La esencia de la aviación es el vuelo.

La búsqueda y análisis de la esencia del periodismo, oculto por tanta hiedra, es o debe ser la misión de la Universidad, que, de otro modo, se quedaría en Escuela de Artes y Oficios.

Así, se llega a la figura del periodista como *periodificador*, agente de una profesión que, como dice la Ley Universitaria, exige conocimientos y métodos científicos.

Este periodista esencial es algo más que el ágil reportero, algo más que el chico espabilado e intrépido, que enseguida se hace cargo de todo, algo más que el mozo suelto de pluma. Este periodista esencial es el que, a mi modo de ver, pisa el umbral del siglo XXI y, en el siglo XXI, debe encontrar, por fin, su definición, depurado de tantas adherencias y confusiones.

El periodista esencial, que lo será en cualquier circunstancia y en cualquier tiempo, al margen de la tecnología y del estilo, con independencia de instrumentos y formalidades, es el periodista que la Universidad tiene la responsabilidad de perfilar. Este debería ser el periodista del siglo XXI.

O, me pregunto, finalmente, ¿vamos a perpetuar el modelo del periodista unidimensional, sumiso empleado de la industria de la información? 

---

1. Carlos Soria, 'La crisis de identidad del periodista', Mitre, Barcelona, 1989, p. 47.

2. El 25 de mayo de 1996 fue una ocasión más: Mesa Redonda sobre 'La situación actual de la profesión periodística' de la que, en el apartado 'Profesión periodística', fue ponente Alejandro Muñoz Alonso, catedrático de Periodismo, dentro del programa de la IV Asamblea General de la FAPE celebrada en Cádiz. La ponencia de Muñoz Alonso se proponía tres cuestiones: 1. El Registro de Periodistas, 2. ¿Quién es periodista? y 3. Órganos de representación periodística.

3. 1 de junio, 22 de junio y 29 de noviem-

bre de 1994.

4. Jorge L. Soria, 'Padre Apeles. Periodista y sacerdote', en *El País* (diario), Madrid, 21 de julio de 1997.

5. *La Razón* (diario), 'Cristina Tárrega triunfa con Hablemos claro', Madrid, 14 de julio de 2000.

6. *Diario 16*, 'A nuestros lectores', Madrid, 27 de junio de 1997.

7. Gemma Orta, 'Antonio Banderas triunfa también como periodista', en *Pronto* (revista), Barcelona, 7 de agosto de 1999.

8. Antonio Gala, "Ahora hablaré de mí", Planeta, Barcelona, 2000, p. 133.

9. Antonio López de Zuazo, 'Origen y evolución del término periodista', en *Estudios sobre el mensaje periodístico* (revista), núm. 2, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense, Madrid, 1995.

10. Enrique Sánchez de León, *Informe sobre el Estatuto Legal de la Profesión Periodística*, Madrid, 4 de abril de 2000.

11. FAPE, declaración institucional, Día Mundial de la Libertad de Prensa, Madrid, 3 de mayo de 2000.

12. II Convención de Periodistas de España, 'Estatuto legal', conclusión: "La II Convención de Periodistas considera necesario que se apruebe, con rango de Ley, un Estatuto del Periodista profesional que proteja y ampare el ejercicio del Periodismo en España. Este Estatuto deberá incorporar los derechos y deberes profesionales que garanticen a los ciudadanos su derecho a la información y a la libre expresión, así como un mínimo de derechos laborales de los informadores para que puedan ejercer sus tareas por encima de las presiones de todo orden".

13. II Convención de Periodistas de España, conclusión de la ponencia, 'Necesidad de un marco jurídico y laboral para la profesión periodística', Valladolid, mayo de 2000.

14. Jesús de la Serna, discurso de apertura de la LIX Asamblea General de la FAPE, Murcia, 27 de abril de 2000.

15. Walter Lippmann, 'A Free Press - why it is important and how it can be sustained', discurso a la XIV Asamblea del International Press Institute, Londres, 27 de mayo de 1965.

16. F. Forjas, 'Apoyo a los medios de comunicación públicos', en *El País* (diario), Madrid, 29 de mayo de 2000.

17. Enrique de Aguinaga, "La supuesta independencia del periodista", Congreso conmemorativo del XXV aniversario de la Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense, Madrid, 28 de octubre de 1997.

Venancio-Luis Agudo, 'Periodistas de todo

el mundo celebran su Jubileo con el Papa', en *Alfa y Omega* (suplemento de *Abc*), Madrid, 15 de junio de 2000: "¿Totalmente independiente el pagado por una empresa que ha invertido cantidades ingentes... por algo y para algo, aunque sólo sea por ganar dinero? ¿Totalmente independiente el periodista, cuya materia prima de trabajo es la información, que él no posee? Los dueños de la información son los poderosos, sean del dinero o del poder político...".

18. Ana S. Valera, 'De Salas defiende a los grupos multimedia fuertes frente a la concentración', en *El Mundo* (diario), Madrid, 14 de julio de 2000.

19. Susana Pérez de Pablos, 'Grupos de prensa instan al Gobierno a no competir con medios privados', en *El País* (diario), Madrid, 15 de julio de 2000.

20. Enrique de Aguinaga, 'La supuesta independencia del periodista', Congreso conmemorativo del XXV aniversario de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense, Madrid, 28 de octubre de 1997.

21. Ricardo Sanabre, 'Héroes de nuestros días', en *La Razón* (diario), Madrid, 4 de octubre de 1999.

22. Guillermo Luca de Tena, 'La doble cláusula de conciencia', en *AEDE* (revista), núm 12, Madrid, II semestre de 1986.

23. José María Carrascal, 'Martín Ferrand', en *Abc*, Madrid, 26 de julio de 1992.

24. Juan Pablo II, 'La sagrada tarea del Periodismo', en *Eclesia* (revista), núms. 3001-02, Madrid, 17 y 24 de junio de 2000.

25. John P. Foley y Pierfranco Pastore, 'Ética en las comunicaciones sociales', en *Eclesia* (revista), núms. 3001-02, Madrid, 17 y 24 de junio de 2000.

26. Jesús de la Serna, discurso de apertura de la LIX Asamblea General de la FAPE, Murcia, 27 de abril de 2000: "El Periodismo se lleva en la masa de la sangre; hoy diríamos que forma parte del mapa genético de determinadas personas".

# La oscura realidad de una ley confusa

La Ley 10/2005, de 14 de junio, de Medidas Urgentes para el Impulso de la Televisión Digital Terrestre, de Liberalización de la Televisión por Cable y de Fomento del Pluralismo, un claro ejemplo de norma confusa e ininteligible. Afirmar que esta ley contiene un texto jurídicamente coherente y socialmente aceptable, sería un fraude intelectual.

## TEODORO GONZÁLEZ BALLESTEROS


Los parlamentos, en tanto que asambleas legislativas en donde se reside la soberanía popular, tienen capacidad ilimitada, en orden a sus competencias, para legislar, promulgar normas que coadyuven a la pacífica convivencia del desarrollo de la sociedad que los elige. La Ley es la norma básica por excelencia que puede emanar de un Parlamento. La doctrina legal nos dice que una ley debe ser un texto inteligible, equilibrado, coherente, armónico, cerrado y coordinado, sobre la materia que norme. También se nos indica la conveniencia de que su denominación esté en relación con su contenido. Es cierto que el Parla-

mento, en uso de su potestad legislativa, puede aprobar normas jurídicas de obligado cumplimiento bajo la rúbrica de 'ley' sin atenerse a los mínimos principios antes citados y disfrutar de la misma legalidad que aquellas que justifican su corrección. Lo que sucede es que unas estarán bajo la sospecha de su inadecuación, su arbitrariedad, de aplicación dificultosa y carentes de legitimidad social; y las otras, respetadas en su cumplimiento y aceptadas como necesarias. No obstante, ambas disfrutaran de la legalidad y obligatoriedad que les otorga el Poder Legislativo que las crea.

La recientemente publicada Ley

**Teodoro González Ballesteros** es catedrático de Derecho de la Información.

10/2005, de 14 de junio, de Medidas Urgentes para el Impulso de la Televisión Digital Terrestre, de Liberalización de la Televisión por Cable y de Fomento del Pluralismo, es un claro ejemplo de norma confusa e ininteligible. Compuesta por seis artículos, seis disposiciones adicionales, una transitoria y dos finales, lo más acertado de ella es la Exposición de Motivos, es decir, la parte no obligatoria. La Exposición, o Preámbulo, de toda ley tiene por misión justificar su necesidad social, explicando la razón, motivo o causa del articulado que norma. Pues bien, podría afirmarse sin ambages que la Exposición de Motivos de la Ley de 14 de junio de 2005 es, comparativamente, mejor que el texto al que precede. Es más, si se observa ésta detenidamente se comprobará que en todo el proceso legislativo de creación de la Ley, la Exposición no se ha tenido en cuenta. Es decir, está redactada para el anteproyecto y durante la tramitación de la norma no se ha modificado. Tal resulta de la lectura del final del párrafo sexto, que dice: “En el presente anteproyecto...”. Aparte de otros aspectos, tal vez



Lo más acertado de la nueva ley es su exposición de motivos; es decir, la parte no obligatoria.

---

insustanciales para los no letrados, que vienen a demostrar que el texto articulado que el Gobierno envía al Congreso de los Diputados para su tramitación, y al que se corresponde a la Exposición, no es el mismo que posteriormente se aprueba.

## **Confusa denominación**

En lo que se refiere a la denominación o título de una ley, lo natural es que se refiera expresamente a su contenido articulado, para lo que existen dos fórmulas habituales: que la denominación sea genérica –Ley de Presupuestos Generales del Estado–, o bien específica –“Ley por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva sobre la coordinación de disposiciones legales,

reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva”–. En el caso que nos ocupa, la Ley 10/2005 no está coordinada, ni por acción ni por omisión, con su denominación. Así, el término ‘medidas urgentes’ no se justifica, en razón de su contenido, en parte alguna, al carecer la misma de plazos de

referencia o períodos de tiempo límites. La urgencia de las medidas se da para remediar alguna suceso catastrófico, estar en relación con alguna fecha, dato, moratoria, término o vencimiento que su texto imperativo venga a resolver, lo que no se da en el presente caso, puesto que ni siquiera trata del tan traído y llevado ‘apagón analógico’. Cuestión diferente es la urgencia gubernamental. En lo referente al ‘impulso de la televisión digital terrestre’, éste tampoco se observa por parte alguna, ya que se refiere, fundamentalmente, a la autoconcesión, por parte de los poderes públicos, de programas de televisión local con tecnología digital para los ayuntamientos, cabildos y consejos insulares, pudiendo ser adjudicados, los programas que no utilicen estas entidades locales, a los particulares a través de la gestión indirecta, algo que ya venía regulado en la legislación anterior. Sobre la ‘liberalización de la televisión por cable’, tal nominación igualmente no se corresponde con el texto de la Ley. En primer lugar, porque se refiere tanto a los servicios de radio como a los de televisión; y en segundo, porque condiciona tal liberalización a la entrada en vigor del reglamento previsto en la Ley 32/2003, de 3 de noviembre, General de Telecomunicaciones. Es decir, no liberaliza nada, siendo uno más de sus artículos de relleno.

Por último, el llamado ‘fomento del pluralismo’, que nos lleva a pensar en

el acceso, o la difusión por medio de la televisión digital de titularidad pública, de todo tipo de ideologías, culturas, religiones y lenguas que coexisten en la sociedad, no se corresponde con el texto de la Ley, ya que en su disposición adicional tercera a lo que se refiere es al ‘fomento del plurilingüismo’.

Si el primitivo redactor pensó en elegir el sistema específico de denominación de la Ley, error obvio en una norma tan dispersa, que abarcara todo su complejo contenido, es lo cierto que luego el Congreso acabó aprobando un singular maremágnum normativo, que excluye de su título gran parte de las materias que regula, y de entre las de mayor importancia, la referida a la radiodifusión sonora.

Todo lo anterior son cuestiones meramente circunstanciales que, no obstante, reflejan la forma política en que se ha aprobado esta Ley en las Cortes Generales.

Afirmar que la Ley 10/2005 contiene un texto jurídicamente coherente y socialmente aceptable, sería un fraude intelectual. Su articulado es un conjunto inconexo, sin hilo conductor que lo justifique, que viene a modificar, por el orden que se indica, seis leyes vigentes: la 31/87, de Ordenación de las Telecomunicaciones; la 10/88, de Televisión Privada; la 41/95, de Televisión Digital por ondas terrestres; la 32/03, General de Telecomunicaciones, el Decreto-Ley 1/98, sobre infraestructuras comunes en

los edificios para el acceso de los servicios de telecomunicación; y la Ley 22/99, por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 89/552/CEE, sobre coordinación de disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva, que ya ha sufrido otras modificaciones insustanciales.

## **Radiodifusión sonora: concentración a la carta**

Aparte de disponer un régimen sancionador para quienes emitan sin la previa concesión administrativa, graduable en opinión de la autoridad pública sancionadora, lo que puede llevar a una cierta inseguridad jurídica, regula la concentración de emisoras mediante cuatro fórmulas:

a) Ninguna persona podrá controlar, directa o indirectamente, más del 50% de las concesiones del servicio de radiodifusión sonora terrestre que coincidan sustancialmente en su ámbito de cobertura;

b) tampoco podrá controlar, direc-

ta o indirectamente, más de cinco concesiones en el mismo ámbito (la ley ahora modificada establecía una concesión por persona para la explotación de emisoras de OM, y dos para FM);

c) igualmente ninguna persona podrá controlar, en una misma comunidad autónoma, más del 40% de las concesiones existentes en ámbitos en las que sólo tenga cobertura una concesión;

d) ninguna persona podrá controlar, directa o indirectamente, más de un tercio del conjunto de las concesiones administrativas del servicio de radiodifusión sonora terrestre con cobertura total o parcial en el conjunto del territorio del Estado (art. 1º). En febrero del presente año, cuando el Consejo de Ministros aprueba el anteproyecto de la ley remitiéndolo a las Cortes, el espectro de emisoras privadas legales era de 1.281 –105 de OM y 1.176 de FM–, disponiendo los tres grandes grupos de comunicación radiodifusora, entre propias y asociadas, las siguientes: la SER, 441 emisoras (34,5% del total), la COPE, 201 emisoras (15,7%), y Onda Cero, 196 emisoras (15,3%)<sup>1</sup>. Posteriormente, según

El disponer un régimen sancionador graduable por la autoridad sancionadora puede llevar a cierta inseguridad jurídica.

han difundido los medios de comunicación, sin que se haya producido recificación alguna, la SER ha adquirido -13 de junio- 17 emisoras en Cataluña, lo que eleva el número de las que controla a 458. Si aplicamos lo dispuesto en la Ley, recogido aquí bajo la fórmula d), un tercio de las 1.281 emisoras privadas equivale a 427 emisoras. Los datos precedentes son meramente orientativos y obtenidos de *El País*. De cualquier forma, la propia Ley en su DA primera dispone que lo establecido en el art. 1º sobre los límites “no afectará a las titularidades y participaciones legalmente adquiridas conforme a la normativa anterior”. O dicho de otra forma, las concesiones anteriores a la Ley no sólo no se tocan, sino que además se legalizan.

La última referencia de la Ley a la radiodifusión sonora es para determinar que los límites anteriores se aplicarán de forma independiente a las concesiones para emitir con tecnología digital, y las emisiones con tecnología analógica.

## **Más televisiones privadas analógicas**

Modifica la actual ley de televisión privada de 3 de mayo de 1988, suprimiendo el número de concesiones -tres- que se establecía en su art. 4.3. Igualmente modifica su disposición transitoria (DT) tercera para permitir las participaciones simultáneas en una sociedad concesionaria del servicio

público de televisión de ámbito estatal que emita en analógico y otra que emplee exclusivamente tecnología digital, hasta que se disponga oficialmente el cese efectivo de las emisiones con tecnología analógica (art. 2º). La supresión del precepto en la Ley viene a significar o permitir que se puedan otorgar los canales que se quieran por vía gubernamental o reglamentaria, sin necesidad de otra ley.

## **Televisiones locales públicas para todos, y privadas para quien proceda**

La nueva Ley deja prácticamente sin contenido sustancial la Ley 41/95, de televisión local por ondas terrestres. al modificar cinco artículos y cuatro DT. Aparte de remediar un olvido de la Ley al no haber incluido cabildos y consejos insulares junto a los ayuntamientos en la gestión directa del servicio de la televisión local, se centra en disponer que los entes territoriales -ayuntamientos, cabildos y consejos- puedan disfrutar de uno o dos programas de televisión local con tecnología digital. A los efectos oportunos, el Gobierno se compromete en su DT a formular el anteproyecto de Estatuto público de las televisiones locales en el plazo de seis meses. En cuanto a la gestión indirecta de estas televisiones, caso de que hubiera canales disponibles, la misma se convocará mediante concurso público pa-



ra su concesión administrativa. Textualmente el art. 3º.3.3 dice: “Corresponde a las comunidades autónomas el otorgamiento de las correspondientes concesiones para la prestación del servicio que, en cualquier caso, podrán tener en cuenta como criterio positivo de valoración la experiencia demostrada en televisión local de proximidad por las compañías operadoras”. Es presumible que televisiones locales que estén emitiendo sin la preceptiva concesión, la obtengan al amparo de ésta nueva norma. Algunas de las demás particularidades de la Ley son alargar de 5 a 10 años la duración de la prestación del servicio y su prorrogabilidad por las comunidades autónomas; y el que ninguna persona podrá ser titular de más de una concesión en cada demarcación.

## Televisiones públicas de las Comunidades Autónomas

Las Comunidades Autónomas tienen ya reservado un canal múltiple para emisiones con tecnología digital –Real Decreto 2169/1998, de 9 de octubre–. Lo que ahora hace esta Ley es

prever, para cuando se produzca el cese efectivo de las emisiones de televisión terrestre de ámbito autonómico con tecnología analógica, que el Plan técnico de la televisión digital terrestre les reserve un segundo canal múltiple para emitir en digital.

La Ley no es un modelo normativo a seguir, aunque políticamente debe tener su justificación, que se nos debía explicar a los ciudadanos.

## Regulación circunstancial o de relleno

Dentro de la mezcla de regulaciones que contiene la Ley, algunas son de relleno o meramente circunstanciales, como por ejemplo:

a) La que se refiere a los servicios de difusión de radio y televisión por cable, disponiéndose que podrán otorgarse nuevas autorizaciones cuando entre en vigor el Reglamento que anuncia la Ley 32/03, General de Telecomunicaciones.

Su lugar natural sería el anunciado Reglamento;

b) la adopción de medidas para garantizar la accesibilidad de las personas con discapacidad a los servicios de televisión digital terrestre. Lo que es propio de la Ley 51/2003, de igualdad de oportunidad, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad;

c) los requisitos que han de reunir las infraestructuras comunes en los edificios para el acceso a los servicios de telecomunicaciones, ya regulados en el Decreto-Ley 1/1998, de 27 de febrero;

d) el ‘fomento del plurilingüismo’, que consiste en que el Gobierno impulsará el uso de las distintas lenguas oficiales del Estado a través de los canales adjudicados en las concesiones para la prestación del servicio público de Televisión Digital Terrestre, algo que viene reconocido genéricamente en el art. 20. 3 de la Constitución y explícitamente en los Estatutos de Autonomía de las comunidades afectadas;

e) dispone que las corporaciones locales correspondientes a municipios no incluidos en el Plan Técnico de TV Digital podrán solicitar su incorporación a la televisión digital local de gestión directa que corresponda a su demarcación. Es decir, ni un pueblo sin televisión digital local pública.

## Conclusión


La Ley se justifica por cuatro motivos:

1º. La legalización de la concentración de emisoras de radio que vulneraba la normativa anterior, para lo cual dispone una regulación limitativa de futuro, al tiempo que establece un régimen sancionador arbitrario para las emisoras de gestión indirecta que estuvieran emitiendo sin la obligatoria concesión administrativa.

2º. La eliminación, de la Ley de Televisión Privada, del número de concesiones, lo que permitirá al Ejecutivo, de acuerdo con la DF primera, disponer la existencia de futuras concesiones mediante decreto gubernamental.

3º. Conceder, discrecionalmente, televisiones locales digitales a entes y organismos territoriales.

4º. Otorgar las correspondientes concesiones del servicio de televisión local, en régimen de gestión indirecta, a las compañías operadoras que vienen emitiendo, teniendo en cuenta como criterio positivo de valoración la experiencia demostrada.

Es cierto que no se puede juzgar una norma por lo que no dispone, pero en este caso se echan de menos tres aspectos importantes relacionados con su contenido. En primer lugar, la consideración de servicio público de que disfruta la TV, su justificación social y su coordinación con disposiciones emanadas de la Unión Europea que ya lo califica de “servicio económico de interés general”. En segundo lugar, la competencia entre las televisiones públicas y las privadas en materia publicitaria. Y por último, la concentración de medios a favor de operadores concretos. En consecuencia, la Ley no es un modelo normativo a seguir, aunque políticamente debe tener su justificación, que se nos debía explicar a los ciudadanos. 

---

1. *El País*, 19 de febrero de 2005, página 55.

**PEDRO J. RAMÍREZ,**

DECANO DE LOS DIRECTORES DE PERIÓDICO ESPAÑOLES

# “La prensa escrita goza en España de mejor salud que en otros países”

**MARÍA ANTONIA ESTÉVEZ**

**A** Pedro J. Ramírez le gusta decir que en *El Mundo* no hay tabúes ni cotos cerrados ni zonas de sombra ni sancta-sanctorum. Y también que su periódico no tiene amo y por eso “jamás utilizará la información como elemento de trueque u objeto de compraventa en el turbio mercado de los valores políticos y económicos”. Lo repite siempre que puede, en entrevistas, en sus artículos, en su último libro, *Mis cien mejores cartas del director* (Ed. La Esfera de los Libros). Lo reiteró de nuevo en esta entrevista para CUADERNOS DE PERIODISTAS que pretendía asomarse a la experiencia, a las reflexiones, a las actitudes, y a las emociones que 25 años de responsabilidad en la dirección de un periódico

nacional suscitan en este joven decano de los directores de periódicos españoles.

Esta conversación se desarrolló a lo largo de hora y media en su amplio y luminoso despacho azul de *El Mundo*, en la madrileña calle Pradillo. Azul por y las tapicerías y la cerámica del pavimento que traslada también su refrescante reflejo sobre el gris opaco de las paredes. De una de ellas pende, dominante, la gran acuarela de un quiosco neoyorquino con todas los periódicos y las revistas desplegadas en un primer plano multicolor. Otra pared de su despacho está ocupada por una secuencia fotográfica en la que aparece reiterado el rostro de su mujer, Agatha Ruiz de la Prada. De ella es también un reloj de

**María Antonia Estévez** es corresponsal en Madrid de *Diario de Navarra*.



**Pedro José Ramírez, creador y director de *El Mundo*, es –a una edad en la que ni siquiera se piensa en la jubilación– el decano de los directores de periódico españoles.**

pulsera gigante, de vibrante colorido, que cubre del techo al suelo otro ángulo de su despacho, “un prototipo que ella creó para una firma de relojería”, explica Pedro J.

Hay también más acuarelas y varios mapas, pero sobre todo ello destaca, enmarcado, el discurso inaugural de la presidencia de John Fitzgerald Kennedy.

—Lo tengo ahí porque es una de las piezas de oratoria más maravillosa de la historia política. Ahí es donde Kennedy dijo: “No preguntes lo que tu país puede hacer por ti, sino lo que tú puedes hacer por tu país”.

## De provincias

**—Su historia personal comienza en 1952, en Logroño, lo que significa que entiende muy bien todo lo que significa, incluso informativamente, la periferia.**

—Sí, porque los recuerdos que tengo de mi infancia y adolescencia de Logroño se corresponden muy bien con los que haya tenido cualquiera que haya nacido en la España de provincias de mi generación, una sociedad bastante integrada y con un nivel de conflicto muy bajo. Todos los recuerdos que me llegan de aquel tiempo son felices...

**—¿Por qué es usted periodista?**

—Es un misterio. En mi familia nunca se dio precedente alguno. Mi padre, ya fallecido, era un empresa-

rio de la construcción, y participaba también en una fábrica de ladrillos, y más tarde fue presidente de una sociedad que explotaba aparcamientos. Soy el mayor de seis hermanos, dos de mis hermanas son periodistas: una es subdirectora de *El Mundo* del País Vasco y otra es la jefa de prensa del ayuntamiento de Logroño.

**—Tres periodistas en la familia son tres misterios...**

—En lo que a mí respecta, ni siquiera sé cuando empezó exactamente mi pasión por el periodismo. Sí sé que no he querido en mi vida ser otra cosa. Al principio tenía una visión absolutamente infantil y estereotipada de lo que podía ser esta profesión pero a medida que fui creciendo fui moldeando esta vocación con la realidad... Aunque es cierto también que en la Universidad de Navarra, donde cursé mis estudios, me dediqué al teatro apasionadamente.

**—¿Cómo actor?**

—No, no... Escribía, dirigía, montaba las obras... aunque alguna vez también actué. Lo que me apasionaba del teatro era su relación con la actualidad, con las cosas que ocurrían y salían en los periódicos, digamos la relación teatro y periodismo. Creo que aquella fue una formación vital para mí. En mi casa hubieran preferido que hiciera Derecho, y de ahí que también me matriculara en esa Facultad, pero en un curso y medio que

hice me bastó para saber que aquello no me interesaba en absoluto. Aunque en realidad, creo que podía haber hecho cualquier carrera universitaria con la intención siempre de dedicarme al periodismo.

## ¿El periodista es buena persona?

—¿Esa es la idea que sigue teniendo sobre la formación del periodista?

—Una buena formación humanística es la base de todo y esa base se puede adquirir en una facultad de Periodismo, en una facultad de Filosofía y Letras o en la universidad de la vida, y yo no niego que además se deba recibir una formación universitaria de segundo ciclo con algún máster o un postgrado que permita orientar esa formación humanista hacia una praxis y hacia el conocimiento de unos lenguajes y unas tecnologías. Pero donde de verdad se adquiere ese conocimiento es con la propia práctica profesional.

—¿Qué pide a los profesionales que trabajan para usted?

—Lo que a mí me importa en mi periódico es la formación que tiene



la gente que trabaja para mí y no dónde la ha adquirido. Por eso yo soy un claro partidario de que el periodismo sea una profesión abierta. Y me reafirmo en lo que ha sido mi idea de siempre: un buen periodista, en primer lugar, tiene que ser una buena persona. Cuando yo digo esto, a veces, se suscita alguna que otra sonrisa... pero lo creo firmemente. Y además de eso, el periodista tiene que...

—Espere, espere...  
¿Por qué cree usted que suscita sonrisas cuando afirma que el periodista tiene que ser de entrada

buena persona?

—Quizás porque yo tengo fama de ser un director que persigue de manera implacable la búsqueda de la noticia, de ser muy exigente conmigo mismo y con los demás, de haber publicado a veces cosas muy antipáticas en relación a personas que yo suponía que eran amigos míos, y yo creo que a veces funciona esa idea preconcebida de que un director de periódico tiene que ser alguien sin corazón.

—¿Tiene que serlo de verdad?

—Un director debe tomar a veces decisiones muy difíciles en el plano

personal pero yo creo que eso es compatible con tener muy claros unos valores éticos. Si no tienes unos valores sobre la búsqueda de la verdad, sobre lo que puede hacer un comportamiento ético en las grandes referencias de la vida... Desde luego, yo soy de los que permiten que la realidad nos destruya un buen titular varias veces al día.

**—¿Se levanta cada día con esa idea?**

—Para mí, el buen periodista es aquel que cada mañana se levanta con una actitud renovada para averiguar la verdad de los hechos y a revisar las opiniones que ha podido mantener en función de un conocimiento incompleto de los hechos. Yo sé hasta hoy esto, me digo, pero si mañana me entero de algo más, tendré que averiguar si sigo creyendo que las cosas son como yo creía ayer o si el descubrimiento de nuevos datos me hace cambiar de idea.

**—Así que usted está dispuesto a cambiar de ideas...**

—Ese tener que revisar mi conocimiento de ayer ante nuevos datos aportados es algo que me ocurre muy a menudo. Por eso nuestro periódico no es un periódico previsible, de sota, caballo y rey.

**—A veces es cristalino. Pongamos el 11-M: siempre buscando desbaratar los hechos establecidos.**

—No estoy de acuerdo. Yo diría que

siempre estoy buscando la verdad. Si en relación al 11-M creo que las cosas han podido ser de determinada manera, lo digo. Pero si dos días después descubrimos un hecho que desbarata o pone en entredicho una conjetura anterior, también lo decimos y no se me pueden caer los anillos, no ya por rectificar, sino por reconocer que la verdad se va moldeando con el descubrimiento de eventos que no conocíamos cuando opinábamos de otra manera.

**—Pero a veces, detrás de una noticia está la sospecha de una hoja de ruta preestablecida. Usted sabe que cada vez que se publica algo del 11-M, su periódico vende más.**

—Vende si es relevante lo que se dice. Si al cabo de 15 meses de investigación judicial tú descubres una serie de cosas importantes, no me extraña nada que ese día la gente se apresure a comprar *El Mundo*... Lo que no me explico es por qué los demás periódicos no hacen lo mismo.

**—¿No lo hacen? El 11-M está en todos los periódicos, se han publicado libros de investigación...**

—Bueno... yo más bien creo que algunos de ellos están intentando por encima de todo corroborar las tesis oficiales y no buscar la verdad. Yo creo que los únicos medios que además de *El Mundo* han hecho alguna aportación informativa a la reconstrucción del 11-M han sido los periódicos y las



radios asturianas. ¿Por qué? Porque ni los otros periódicos ni sus empresas quieren tener problemas con el poder político y también porque el periodismo de investigación requiere invertir en medios, en dinero, en tiempo, en personas y además con la incertidumbre de si servirá para algo o para nada.

**—¿Servir para qué? ¿Usted sigue convencido de que ETA está detrás del 11-M?**

—Yo no estoy convencido de nada. De lo que sí estoy convencido es de que el 11-M es un jeroglífico, envuelto en un enigma, encerrado en un misterio; lo mismo que decía Churchill de la Rusia soviética. Yo sigo creyendo que hay cosas muy importantes que no se entienden y para las que no hay respuestas convincentes, y eso lo he hablado con miembros del Gobierno al máximo nivel y con personas de la máxima representación institucional en nuestro país. Hay muchos cabos pendientes que han sido adjudicados al azar y yo no estoy conforme con eso. Es lógico que nos preguntemos qué ha pasado ahí. No sé si al final lo que nos vamos a encontrar es una trama sofisticadísima en la que se manejaron resortes



**Soy de los que permiten que la realidad nos destruya un buen titular.**

del terrorismo islámico para conseguir un objetivo político o simplemente una situación de tales negligencias e incompetencias que obligarían a que, al margen del proceso penal, se pusiera patas arriba todo el sistema de las fuerzas de seguridad del Estado en España. Pero lo que nosotros no podemos hacer es convertirnos en testigos conformistas de una explicación llena de lagunas y problemas sin resolver.

## **25 años al frente de un periódico**

**—¿Qué significa para usted ese cuarto de siglo como director de periódico?**

—Ya sé que es un poco paradójico esto de ser el decano de los directores de periódicos españoles, por lo menos a nivel nacional, cuando yo ni siquiera me planteo la jubilación. Pues bien, lo primero que este hecho suscita en mí es una reflexión sobre cómo tú puedes elegir una profesión y cómo luego la vida elige por ti el cómo desarrollar esa vocación. Nunca fantaseé siquiera con ser director.

**—¿Por eso suele usted decir que sigue viéndose como un director por accidente?**



—¡Claro! Cuando en el año 80 estoy de comentarista político en el *Abc*, Juan Tomas de Salas me ofrece dirigir *Diario 16*. Yo estaba encantado con mis comentarios políticos y mis reportajes, jamás se me hubiera ocurrido desear algo que no fuera escribir y contar historias. Ni se me había pasado por la cabeza dirigir un periódico. Ahora bien, si te lo ofrecen... Y si encima ves que es un periódico que está a punto de desaparecer, y que te dan carta blanca para que hagas lo que te dé la gana... ¿Cómo voy a decir que no? Me la jugué. Y ahora tengo que confesar que me gusta muchísimo dirigir periódicos.

**—Pero estuvo a punto de abandonar ese camino cuando dejó *Diario 16*.**

—Cuando dejé, no. Cuando me echaron. Y me echaron de mala manera, por la puerta de atrás y de una patada en el trasero. Tuve que fundar *El Mundo* para poder seguir trabajando porque como decíamos entonces, medio en broma medio en serio, no había periódico que me pudiera contratar, a mí y alguno de los compañeros que se vinieron conmigo. Así que si el destino no me pone por delante la aventura de *El Mundo*, quién sabe dónde estaría yo ahora...

**—Usted suele afirmar también que la vida de un director de periódicos es una maldita vida...**

—Maldita, sacrificada, llena de renuncias, pero apasionante. Yo sigo tan

enganchado a la dirección como hace 25 años.

**—Reflotó *Diario 16* y levantó de la nada uno periódico nuevo, que hoy es el segundo en el panorama nacional. ¿Tiene una fórmula mágica?**

—Si durante 25 años hemos conseguido en *Diario 16* vender más de 150.000 ejemplares y en *El Mundo* estamos confortablemente encima de los 300.000 desde hace años, efectivamente se debe a la manera de mirar a la realidad de nuestro equipo que se corresponde con la sensibilidad de una gran parte de la sociedad española. Yo creo que la clave está en una manera de entender el periodismo como un servicio a la sociedad, de satisfacer el derecho a la información de los ciudadanos y de anteponer ese derecho a cualquier otra consideración de conveniencia, sea ideológica, empresarial, individual...

**—¿Su periódico cumple de veras ese idealario?**

—En *El Mundo*, cuando tienes una noticia, la publicas. Te venga bien o te venga mal. Te ayude a conseguir llevarte bien con los políticos o llevarte mal. Aunque te cree problemas con amigos hasta el punto de llegar a perder al mejor de ellos.

**—¿Si?**

—Nosotros hemos publicado muchas veces que ese es el primer mandamiento de nuestra ley, y yo creo

que nuestros lectores lo saben. También hay que elegir el lenguaje adecuado para contar las cosas que pasan, y yo creo que tanto *Diario 16* como *El Mundo* han sido periódicos muy innovadores desde el punto de vista del diseño, de la infografía, de la manera de dirigirse al público. Nuestros pilares han sido siempre una actitud ética y una capacidad profesional a la hora de desarrollar el lenguaje.

## Un día de trabajo

**—Cuéntenos cómo transcurre uno cualquiera de sus días de trabajo.**

—Me levanto temprano y voy a la tertulia de la COPE, cuando me toca, o a algún encuentro... lo que tenga en la agenda. Llego aquí, a mi despacho, sobre las diez de la mañana. La primera reunión la solemos tener sobre las once para revisar los temas del día. A las cuatro de la tarde, aquí, de pie, vemos las páginas de opinión y vamos analizando cuáles son los editoriales, las impresiones, a quién ponemos, el artículo de opinión... Es una discusión muy viva en la que participamos de 12 a 15 personas. Viva pero breve porque en media hora tenemos que terminar.



**—¿Quince personas y media hora resolutive? Un milagro.**

—Lo que pasa es que nos conocemos mucho todos... En ese grupo, alguien representa una sensibilidad más conservadora y me dice: “yo veo esta cuestión así” Y otro más progresista, o más centrista me aporta también su punto de vista a veces opuesto.

**—Y usted decide, claro.**

—Ah, claro. La última palabra es responsabilidad mía. Pero cuento con la riqueza de la diversidad del talento de mi equipo. A última hora de la tarde hacemos otra

reunión para cerrar el periódico y yo me suelo ir a casa sobre las diez y media... algún día mas tarde, otro más temprano.

**—Sé que tiene frecuentes veladas que se prolongan hasta las tantas en los muchos acontecimientos sociales y culturales en los que participa, y que al mismo tiempo no es raro verle salir a muy primera hora de la mañana de un desayuno de trabajo en un reservado de un hotel con unas cuantas personas importantes... ¿Cuándo duerme?**

—Duelmo lo suficiente. Lo que pa-

sa es que esté donde esté y haga lo que haga, ten la seguridad de que estoy haciendo periodismo, porque el periodismo no es una profesión sino una manera de vivir que condiciona toda las demás facetas de tu vida.

**—¿También la vida privada?**

—Yo no digo que no se pueda tener vida privada, y tener *hobbies*, y practicar deportes... Digo que todo eso está condicionado por el periodismo.

**—No quiero ni saber cómo son sus vacaciones. Sus redactores cuentan que si no llama media docena de veces al día desde donde veranea es que algo grave le ocurre...**

—Paso mi tiempo libre y mis vacaciones, y para qué hablar de mis viajes de trabajo, pegado literalmente a mi periódico, aunque este en Mallorca, Moscú, o Nueva York... Vamos a ver. Desde que yo empecé a ser director a hoy ha habido dos inventos que me han cambiado la vida: el ordenador con Internet y el móvil. Ambos me permiten estar conectado, desde cualquier lugar del mundo, a mi redacción. Puedo estar presente en las reuniones, y decidiendo sobre las páginas teniéndolas delante de mí en la pantalla, y puedo corregir el editorial del día tal cual que si estuviera en mi despacho, y tomar las decisiones básicas. Yo me puedo pasar un mes en Mallorca y seguir haciendo mi trabajo de director de periódico. A estos dos inventos debo yo un espacio de felici-

dad personal, de calidad de vida y de tranquilidad impresionante.

**—¿Y qué hacía sin ellos cuando dirigía *Diario 16*?**

—¿Recuerdas aquel personaje de Woddy Allen que cada vez que iba a un sitio lo primero que hacía era llamar por teléfono desde una cabina dando el teléfono del sitio a donde se dirigía, y así sucesivamente? En los años 80 esa era mi vida. Es un decir, porque aquello era un no vivir, una sensación de que el toro te podía pillar en cualquier momento... Ese desasosiego ha desaparecido y deja despejado mi trabajo porque la tarea de un director de periódico es tomar decisiones y hoy, esa tarea, la puedo ejercer desde cualquier rincón del mundo.

**—¿Y la familia donde la sitúa? Usted tiene tres hijos de dos esposas. ¿Correcto?**

—De dos esposas, no. Tengo una hija, María, de un matrimonio muy anterior, que es periodista y ahora trabaja en la redacción de nuestro *Yo Donna*. Ha hecho una carrera fantástica con una formación excelente en la Columbian University de EEUU y en la London School. Desde hace nueve años vivo con Agatha Ruiz de la Prada y ni estamos casados ni tenemos propósito de hacerlo. Tenemos dos hijos, Tristán, de 18 años, que termina sus estudios interno en el colegio inglés al que fue Winston Churchill, y que quiere estudiar Historia Medie-

val, y Cósima, de 14 años, que estudia también interna en un colegio católico en Inglaterra y que dice querer ser política. A mis tres hijos he dedicado mi último libro.

## Qué ha cambiado en un cuarto de siglo

—Una década separa su llegada a *Diario 16* y a *El Mundo*. El periodismo ha dado muchas vueltas en ese tiempo...

—Y la primera, que España ha dejado de ser una dictadura para pasar a ser una democracia. Por no hablar luego de la transformación de la sociedad española como consecuencia del desarrollo tecnológico de estos años. En el caso del ejercicio del periodismo, que es de lo que hablamos, se suman ambos factores porque la condición esencial para que el periodismo pueda ser digno de tal nombre es que exista un marco de libertad. Yo no digo que no se hicieran durante el franquismo cosas de enorme mérito, casi siempre en otros ámbitos distintos al del periodismo político, pero ciertamente cuando al final de la dictadura llegó la democracia, la sociedad pedía otro tipo de periodismo. Y nos encontramos con que había muy pocas referencias en las ge-



Dos inventos me han cambiado la vida: el ordenador con Internet y el móvil.

neraciones anteriores, en lo que podíamos llamar la tradición intelectual periodística, en su propia praxis, tanto desde el punto de vista de lo que podríamos llamar la técnica como de la metodología.

—Usted, como muchos otros profesionales de otros ámbitos de su misma generación, se tuvo que inventar el mundo cada día tras el páramo del franquismo.

—Mi generación ha tenido que aprender sobre la marcha e ir subiendo paulatinamente la calidad de los medios que íbamos haciendo a medi-

da que aprendíamos a hacerlos. En ese momento para mí fueron extraordinariamente útiles las referencias de mi experiencia americana. Yo viví en Estados Unidos, antes de empezar a trabajar en *Abc*, como profesor de Literatura Española Contemporánea en el Lebanon Valley College, y allí tuve la oportunidad de conocer algunos de los personajes clave de la política de aquel momento. Esta experiencia fue para mí mucho más que un máster porque me fui con los ojos bien abiertos y aprendí muchas cosas que luego he tratado de aplicar tanto en *Diario 16* como en *El Mundo*. Sobre esa

experiencia, que me hizo aprender pautas de comportamiento, vino después la revolución tecnológica.

**—Porque usted llegó al periodismo cuando los periódicos se hacían con plomo.**

—Ese es el camino andado. Cuando empecé a ser director en *Diario 16* ya teníamos una prensa que acababa de superar la linotipia y el plomo, la radio acababa de salir del monolitismo de la conexión obligatoria con el parte de Radio Nacional, y de televisiones, sólo había una. Si nos llegan a decir en qué medio íbamos a desenvolvernos un par de décadas después, nos hubiéramos creído en la guerra de las galaxias... Por eso estoy convencido de que somos muy afortunados al haber vivido aquello, porque las posibilidades del ejercicio del periodismo han aumentado de manera exponencial. Por eso también ha aumentado el papel del periodista, su influencia y su importancia en la sociedad, su consideración social, su remuneración. Creo que estamos viviendo una edad dorada del periodismo.

**Ni un lector más que ayer**

**—En esta edad dorada, sin embargo, perdemos lectores. Usted ha dicho que sigue instalado en los 300.000 desde hace años, y eso le pasa, con mejores o peores datos, a los demás. Tanto camino andado para no ganar un solo lector...**

—No estoy del todo de acuerdo. La prensa escrita en España goza de mejor salud que en otros países y no se está produciendo el declive en la difusión que se da en otros lugares. Quizás porque nosotros no habíamos llegado a sus cotas de penetración... pero es verdad que el quiosco está cada vez más difícil. Entre otras cosas, porque nosotros mismos nos estamos haciendo la competencia. Yo mismo, como director del *El Mundo*, tengo que competir con *elmundo.es*, con nuestras revistas de arte e historia, con nuestras producciones cinematográficas de televisión, con los programas de radio en los que participo y con los programas de televisión en los que intervengo. ¿Cuánto tiempo tiene el ciudadano para recibir información? ¿Una hora de su día, que ya es mucho? Pues esa hora nos la disputamos ferozmente. Por lo tanto, no es que los lectores se nos resistan; es que hay mucha gente que recibe la información por otros medios.

**—Me está diciendo que hay saturación informativa.**

—Claro, claro... Hoy la información sale al paso en tu vida. La radio, la tele, Internet...

**—Olvida los gratuitos. Uno de ellos le disputa a usted, y gratis, el segundo lugar en el *ranking* nacional.**

—Vete a saber... ¿Quién garantiza que esos periódicos tienen la difusión que dicen, quién controla su tirada?

No hay manera de auditarlo fehacientemente porque, al no existir el acto físico de la compra, ¿cómo verificar su difusión? OJD atestigua la difusión a partir de la liquidación de los quiosqueros. Lo de los gratuitos es como una encuesta... De todas formas hablamos de otro periodismo. Tenemos que entender que la prensa escrita, al menos tal como la defendemos nosotros en *El Mundo*, es un producto destinado a la élite de la sociedad. Nosotros no queremos adelgazar nuestra propuesta intelectual de forma que se convierta en el mínimo común denominador de todo el mundo. Nosotros incorporamos en nuestro periódico elementos de reflexión que exigen un lector formado y yo prefiero vender 300.000 ejemplares de *El Mundo* a vender medio millón de periódicos como el *Mirror*.

## La guerra del cruasán

—¿No estaremos tirando piedras contra nuestro tejado? Da la sensación de que ni directores ni editores creen mucho en su producto, dada la cantidad de cosas que regalan al venderlo.



**Distribuir productos culturales es la extensión natural del periodismo.**

—Yo creo que hay que distinguir. Los periódicos nos hemos dado cuenta, y en eso en *El Mundo* hemos sido pioneros con sus colecciones de libros y de vídeos emitidos antes que nadie en España, de que los periódicos tenemos dos cosas esenciales de las que carecen otras empresas: una capacidad de prescripción como marca, en la medida en que tenemos la confianza de los lectores, y también un circuito de distribución, los quioscos, a través del cual podemos extender nuestra actividad editorial y nuestro proyecto cultural. Yo creo que la activi-

dad de distribuir productos culturales, libros, discos, colecciones de pintura, música... es la extensión natural del periodismo. Otra cosa es cuando ya empezamos a regalar cristalerías, vajillas o cruasanes... Yo digo que cuando se llega a ofrecer ese tipo de cosas, en esas empresas se está al borde de un ataque de nervios, que han perdido la fe en ellos mismos. Porque no tiene nada que ver el tipo de persona que puede ir a comprar una copa de cristal por 0,50 euros, o a conseguir gratis dos cruasanes para el desayuno, con las personas cuya relación nos puede inte-

resar a los que hacemos un periódico de calidad.

**—Ustedes también regalaron...**

—...Nosotros, en *El Mundo*, hemos cometidos algunos errores, es cierto. No digo que estemos libres de pecado pero desde luego tenemos clarísimo que cualquier actividad promocional tiene que girar en torno a productos que puedan asociarse con la marca de periódico y con el posicionamiento intelectual y cultural del periódico.

## **Los editores que no quieren periodistas**

**—Las relaciones dirección-propiedad no son siempre un nido de rosas, pero da la sensación de que usted ha sabido convertirse en un director imprescindible: marca y director, dos por uno.**

—Eso es una ficción... Y ni siquiera las relaciones con la propiedad han sido ejemplares en mi caso. Mi relación con el propietario de *Diario 16* fue turbulenta; la recuerdo como una auténtica pesadilla. Se creó una situación de celos y de tensión del poder político que me resultó insoportable. En *El Mundo* todo ha sido distinto porque era justo el periódico que queríamos hacer... Inicialmente la propiedad estaba muy repartida y nos garantizaba el control del periódico al equipo profesional que lo hacíamos. Luego tuvimos que compartir esa pro-

piedad en distintas etapas, al principio sin mayoría. Luego la consiguieron pero sometidos a unos pactos de sindicación. Ahora, terminados esos pactos, hemos renovado los acuerdos a los que todavía les quedan seis años de vigor, lo que nos proporciona un marco de estabilidad, importante para el equipo profesional del periódico.

**—¿Cree usted que hay editores hoy que lo que quieren son buenas máquinas, alta tecnología y becarios? La presión de los beneficios está exprimiendo las redacciones. Con unos periodistas de raza, el entonces ministro Trillo no habría salido inmune al arrojar aquella moneda en la rueda de prensa...**

—Tienes razón. En algunas empresas tienes la sensación de que les encantaría hacer periódicos sin periodistas, pero saben que es imposible. Lo que diferencia nuestra actividad de cualquier otra actividad productiva es que el periódico es un producto intelectual, y en un producto intelectual el factor humano marca la diferencia. Todos los periódicos llevan 300 gramos de pasta de papel impresa en rotativa y distribuida en camionetas. Si uno compra un producto y no otro es porque ese factor intangible de las ideas que transmiten los equipos profesionales es el que establece la diferencia. Yo creo que el éxito de *El Mundo* prueba que esto es así y va a seguir siendo así.



—¿Entonces, cómo se las arregla con su gerente?

—Porque a la vez yo soy de los que cree que la viabilidad y los resultados económicos, y por tanto la gestión empresarial, tienen que estar siempre presentes también en la cabeza de quien tiene que tomar las decisiones en una redacción. Por una razón crucial: un periódico, para ser independiente, tiene que ser rentable. Si es rentable, depende de los lectores y no de quien quiera pagar la factura para utilizarla en otros fines. Yo creo que una de las claves del éxito de *El Mundo* es la gran integración existente entre los equipos de redacción y los de gestión. Constantemente somos conscientes del impacto económico que van a tener las decisiones que tomamos.

—Eso que usted dice puede tener también otras lecturas.

—No he querido decir que este ser conscientes en cada momento a las consecuencias económicas supedita nuestras decisiones. Te doy un ejemplo clarísimo: nuestro periódico fue el único de todos los medios de comunicación españoles que puso sobre la mesa documentación que demostraba comportamientos presunta-



Los equipos profesionales son los que establecen la diferencia.

mente irregulares, y tal vez delictivos, del presidente de la primera compañía de este país, César Alierta, presidente de Telefónica. Es evidente, y lo sabíamos todos, desde accionistas hasta el redactor que lo investigaba, que aquella información nos iba a perjudicar notablemente desde el punto de vista de la inversión publicitaria de Telefónica, que sigue castigándonos en mayor o menor medida desde entonces, y va ya para cuatro años... Pero para nosotros la prioridad número uno era que esa noticia era verdad y había que darla como tal. ¿Qué Telefónica nos iba a quitar publicidad? Ya saldría por otro lado porque al final, lo más rentable en el largo y medio plazo, es que el lector crea en ti.

## El vídeo y las guerras sucias

—Usted ha sufrido en su propia carne el acoso a la intimidad, a través de una perversa difusión de un vídeo sobre su vida sexual. Me pregunto si el sentirse pasto de la voracidad ajena le ha hecho más sensible a la hora de emitir determinadas acusaciones en su periódico.

—Te aseguro que yo jamás he en-



viado a ningún periodista a meterse en un armario para grabar una relación sexual de nadie. Y eso es lo que hicieron conmigo, así que la comparación no viene al caso.

**—Los profesionales que hacemos un periódico nos dedicamos a informar y nos creemos al margen de toda curiosidad ajena. Pero, ¿no nos convalidaría preguntarnos también un ‘si esto me lo hicieran a mí’ cuando tenemos entre manos determinadas informaciones?**

—Desde el primer momento en que he sido director de periódico, nunca me sentí al margen de esa curiosidad ajena. Sabía que todos mis actos estaban sometidos a escrutinio, a discusión, a la curiosidad pública. Sobre mi manera de ejercer el periodismo, sobre nuestras fuentes... la cantidad de artículos que se han escrito sobre nuestras fuentes, la cantidad de portadas de revistas que se han dedicado a las teorías de la conspiración en sus distintas variantes, sobre mis amistades y enemistades...

**—¿Entonces?**

—Yo siempre he entendido que eso forma parte de las reglas del juego: si yo puedo criticar o descubrir cuestiones relevantes desde el punto de vista de interés público sobre un político, es lógico que cualquier periodista pudiera ejercer esa crítica sobre mí. De hecho, hay gente que me ha tratado muy bien y gente que me ha

tratado muy mal, que ha intentado sistemáticamente desprestigiarme. Solamente he reaccionado cuando he sido víctima de un montaje delictivo. Esa es una frontera que nunca he traspasado ni traspasaré.

**—Los estatutos de *El Mundo* dicen que “el periódico jamás recurrirá al insulto ni a las descalificaciones personales” ¿Usted, sus columnistas, sus investigadores, sus reporteros, son fieles a esa actitud ética?**

—Ahí está mi periódico y mis artículos, y yo reto a que se ponga sobre la mesa cualquier ejemplo de mala práctica profesional, de exageración en algo sustantivo, de utilización impropia del lenguaje... Yo no digo que en un artículo o en un editorial no se haya colado un juicio exagerado, ni pretendo que seamos perfectos. Lo que digo es que siempre hemos actuado de acuerdo con unos estándares éticos.

**—No sé si, por ejemplo, Felipe González podría estar de acuerdo con ello. Usted fue implacable con él mientras fue presidente.**

—Nosotros siempre hemos formulado una crítica en términos políticos y siempre hemos actuado dentro de los estándares de la conducta democrática, y quienes han intentado una y otra vez convertir esa crítica política en una cuestión personal fue ese grupo de personas que tuvimos la desdicha de padecer en el último

Gobierno de Felipe González. Y la prueba de que el problema no éramos nosotros es que vuelve a haber en España un Gobierno socialista con el que *El Mundo* sigue manteniendo una posición crítica pero unas relaciones excelentes.

## **El diálogo con el poder**

—Usted ha sido director de periódicos con tres presidentes. ¿Cómo ha sido su relación con ellos? En la recopilación de artículos de su último libro se percibe con gran evidencia que usted no soportó a Felipe González, que admira a Aznar y que a Rodríguez Zapatero...

—Perdona, perdona... Te rectifico. Yo no tengo nada personal contra González, pero no soporto lo que Felipe González hizo o permitió que se hiciera. Lo que yo no soporto es que desde el Gobierno se organizara una trama criminal dedicada a asesinar a las personas. Lo que yo no soporto es que desde el Partido Socialista se montara una trama de latrocinio y se respaldaran los negocios ilícitos de sus amigos. Lo que yo no soporto es que nos estuvieran escuchando telefónicamente, y que el ayudante per-



**Siempre hemos actuado de acuerdo con unos estándares éticos.**

sonal del presidente del Gobierno, que ahora está en la cárcel, financiara el montaje del vídeo... Nada personal, por tanto, contra González, y nuestra crítica al nuevo Gobierno socialista será todo lo severa que deba ser pero no personal.

—Aznar, sin embargo, le ha cautivado desde el principio, cuando en su partido lo despreciaban y ninguneaban. Usted lo contó en un artículo titulado 'Yo, Claudio', comparándolo con el emperador que hizo de su torpeza un método de supervivencia. ¿Es verdad que le llamó para darle

las gracias tartamudeando al estilo Claudio?

—Sí. Él era entonces mucho más simpático de lo que luego le cambió el poder. Aznar fue perdiendo sentido del humor a medida que ganaba poder.

—¿Y "la furtiva lágrima" de la despedida? En un editorial con ese título, usted afirma que esa lágrima descubrió cuánto le hubiera gustado quedarse. ¿Por qué cree usted que se fue entonces?

—Bueno... Yo a Aznar le conozco muy bien. En unos momentos nos he-

mos hablado mucho y en otros nada, como ocurrió en la guerra de Iraq, en la que mi periódico estuvo enfrente. Una vez más, ahí seguimos nuestra línea editorial, que es fijarnos siempre en las conductas y no en las personas. Yo no creo que las personas sean buenas o malas. Nadie es del todo bueno o malo y no se me caen a mí los anillos en reconocer aciertos importantes que haya tenido Felipe González en el gobierno de España. Nosotros enjuiciamos las conductas, y la acumulación de barbaridades nos demandó una enmienda a la totalidad. Lo mismo hicimos con Aznar. Nos parecieron bien muchas cosas que hizo y mal otras que denunciarnos con la misma claridad.

**—Zapatero, sin embargo, le deja descolocado. Al menos esa es la sensación que sus editoriales sobre él transmiten: “¿Se creará ese tío las bellas palabras que dice?”, se pregunta usted, atónito, comentando su discurso de investidura.**

—Yo creo que a cualquier presidente de Gobierno elegido democráticamente hay que concederle el beneficio de la duda porque es la expresión de la voluntad de los ciudadanos. Se lo concedimos a Zapatero y se lo seguimos concediendo. A mí me parece una personalidad muy interesante, creo que es un hombre de buena voluntad y creo también que ya está cometiendo errores de principiante en algunos asuntos como lo de las nego-

ciaciones con ETA... Yo deseo que Zapatero acierte en lo esencial por el bien de mi país, pero nuestro periódico está vigilante para criticar los errores que cometa y reconocerle los aciertos.

## **La historia y los momentos vividos**

**—Usted es un apasionado lector de la historia y la literatura. Lo hace con un ojo puesto en sus editoriales, para explicar la actualidad apoyándose en el ayer o en el ejemplo de un libro, un disco o una película. Además del ‘Yo, Claudio’ sobre Aznar, acudió a las catilinarias para referirse al Plan Ibarretxe y a la cúpula nacionalista vasca. “¿Hasta cuándo vais a abusar de nuestra paciencia?”, se preguntaba, con Cicerón, en un editorial. Llamó a Guerra “El señor de las Moscas” cuando en su caída no cejaba de agitar fantasmas. Trajo a colación *La Peste* de Camus para romper una lanza por Nicolás Redondo dentro del Partido Socialista de Euskadi, y una película de Losey *—El sirviente—* para comparar la debilidad de Pasqual Maragall ante Carod-Rovira. ¿Le funciona siempre ese resorte?**

—No acudo a la Historia como una mera cuestión de estilo. Apelo a ella como lo hacía Tácito, como una fórmula eficaz de que las buenas acciones sean recordadas y de que las conductas abominables vayan acompa-

ñadas del reproche permanente de la memoria colectiva.

—A usted le ha tocado vivir en estos 25 años muchos momentos trágicos siguiendo el hilo de la actualidad. ¿Cuál es el que emocionalmente más le desbordó?


—Seguramente cuando escuché el sermón del obispo Uriarte ante el cadáver de cuerpo presente de mi columnista José Luis López de la Calle, asesinado por ETA. José Luis se caracterizó por mantener una línea de gran firmeza frente al terrorismo y por eso murió. Y va el obispo Uriarte en el funeral, con él de cuerpo presente, y aprovecha para pedirle al ministro del Interior lo mismo que pedían sus asesinos: el acercamiento de los presos etarras. Yo escribí un editorial, titulado ‘El obispo pardo’, comparándolo con el prelado que más colaboró con el nazismo, y sé que a él le dolió, pero más me dolió a mí, y a los amigos y familiares de José Luis, lo que el obispo Uriarte dijo en aquel funeral.

—En este cuarto de siglo, su periódico consiguió exclusivas de primera página: entre otras, las presuntas



implicaciones del Gobierno socialista en los GAL, el sumario del 23-F, el caso *Filesa*, las vicisitudes de los hermanos Guerra, los hechos relacionados con el caso *Lasa y Zabala*, y el escándalo Ibercorp, que le saca de quicio. Por decirlo con sus propias palabras: “lo que te desasosiega, lo que te altera el sueño, lo que te da taquicardia ética es que gente tan guapa haga cosas tan feas”.

—Así es. ¿Sabes? Hay algo de lo que siempre estaré orgulloso y es el haber contribuido a encerrar a mucha gente en la cárcel, siquiera sea en

la de las hemerotecas. Cuando publico estas exclusivas, cuando me pongo a escribir un editorial o cuando planifico el periódico de cada día, te aseguro que no pienso en cambiar el mundo, en ganar poder, en vender periódicos... Lo que quiero es contribuir modestamente a que nuestro país y nuestra sociedad sean cada vez un poco más democráticos y cada vez un poco más prósperos. Me parece que el conocimiento de los hechos es la base de esa prosperidad y de toda sabiduría. Lo que quiero, sencillamente, es aportar elementos de juicio. 

# La solvencia de los sondeos electorales

Hacer sondeos electorales en España no es nada fácil. Pronosticar el reparto de votos entre los partidos es relativamente fácil, pues requiere muestras nacionales pequeñas. Los pronósticos sobre distribución de escaños son otra cosa. Exigen muestras representativas en todas las circunscripciones, lo que implica un número muy alto de entrevistas y, por tanto, un coste muy elevado.

## JUAN DíEZ NICOLÁS

**C**omo he señalado en diversas ocasiones desde las primeras elecciones democráticas de 1977, la Ley Electoral aprobada para aquellas primeras elecciones y posteriormente consagrada como Ley Orgánica por la Constitución de 1978, plantea dificultades muy grandes para elaborar pronósticos electorales fiables con rigor científico. Acertar no es imposible, como lo demuestran las numerosas elecciones en las que algún pronóstico ha sido correcto. Todas las semanas también hay alguien que acierta la 'quiniela'. Pero acertar unos resultados sobre la base

de criterios avalados científicamente es más difícil, aunque no imposible, como lo demuestran muchos pronósticos acertados a lo largo de estos 30 años de democracia.

Las dificultades que se derivan de la Ley Electoral han sido señaladas repetidamente desde entonces, pero conviene recordarlas, y varían según el pronóstico que se quiera elaborar, el tipo de elección, y el ámbito territorial. Así, por ejemplo, acertar el resultado de un referéndum no suele ser especialmente difícil. En un referéndum interesa pronosticar el nivel de participación-abstención y el por-


**Juan Díez Nicolás** es catedrático de Sociología de la Universidad Complutense de Madrid.

## ●●● Sondeos electorales

centaje de votos afirmativos y negativos (la proporción de votos nulos o en blanco nunca ha sido suficientemente importante como para influir sobre el resultado, pues nunca han llegado al 5% del censo electoral). Puesto que en un referéndum sólo tiene valor el resultado global-nacional, aunque las votaciones y el recuento de votos se hagan en cada provincia, una muestra nacional es suficiente para elaborar el pronóstico (excepto que se quiera también dar resultados para otros ámbitos territoriales a efectos no legales). Además, sólo hay dos categorías de respuesta (si se ignoran los votos nulos y los votos en blanco), Sí o No. Por estas dos razones, una simple muestra nacional de 1.000 a 1.200 entrevistas, representativas de la población con derecho a votar (censo electoral), puede proporcionar un pronóstico perfectamente fiable tanto para la participación-abstención como para la distribución de votos afirmativos y negativos. Los pronósticos elaborados por el Instituto de la Opinión Pública (IOP) para el referéndum de 1976 sobre la Reforma Política y por su sucesor, el Centro de Investigaciones Sociológica (CIS), para el de 1978 sobre la Constitución Española constituyen dos ejemplos de cómo se acertaron con toda precisión tanto la participación-abstención como la distribución de votos entre el Sí y el No. Más difícil fue acertar el referéndum de 1986 sobre la OTAN, puesto que hasta el final de la campaña electo-

ral no se tuvo la casi seguridad de que vencería el Sí por escaso margen, y con una muy fuerte abstención, y sin embargo el CIS volvió a elaborar un pronóstico correcto. Por estas razones, resulta poco comprensible el error del CIS en su pronóstico para el referéndum de 2005 sobre la denominada Constitución Europea. El error no estuvo en el resultado, pues era seguro que ganaría el Sí, sino en la estimación de la participación-abstención, pues se pronosticó una participación 20 puntos porcentuales superior a la que realmente se produjo (la más baja de todos los referenda celebrados en España). Es evidente que no se tuvo en cuenta que, en general, los entrevistados exageran sus intenciones de participar en cualquier votación (por acomodarse a lo políticamente correcto), y que hay que rebajar esas intenciones con algún modelo de estimación como los que el CIS utilizó en anteriores ocasiones.

Este ejemplo muestra la importancia de los modelos de estimación, que en principio deberían haber sido mejores cuando mayor es la experiencia acumulada de anteriores comicios. Lo difícil era elaborar pronósticos acertados en los primeros años de la democracia, cuando esa experiencia era nula y luego escasa. Pero después de 30 años la experiencia acumulada es ya muy grande. En cualquier caso, puede afirmarse que los sondeos pre-electorales y 'a pie de urna' o 'israelitas' elaborados para pronosticar el



Los entrevistados exageran sus intenciones de participar en cualquier votación, así que hay que rebajar esas intenciones con algún modelo de estimación.

resultado de los cuatro referenda celebrados desde 1976 han sido, muy mayoritariamente, acertados y basados en criterios metodológicamente correctos.

Las elecciones europeas, a efectos de sus pronósticos, presentan características parcialmente similares a los referenda. En efecto, también en este caso hay un solo distrito electoral, España, pero en lugar de sólo dos categorías de respuesta hay tantas como partidos o coaliciones electorales se presentan, y además hay un número de escaños, 54 en las últimas de 2004, que se reparten proporcionalmente a los votos obtenidos por cada partido o coalición electoral. Al igual que en los referenda, los sondeos para estas elecciones se marcan como objetivo pronosticar la participación-absten-

ción, pero a diferencia de aquellos, se proponen también pronosticar el reparto de escaños entre los partidos concurrentes, 31 en las últimas de 2004. El reparto de escaños (que fueron 60 en las elecciones de 1987 y 1989, 64 en las de 1994 y 1999, y 54 en el 2004) se hace proporcionalmente a los votos obtenidos por cada partido o coalición electoral (si bien el PP y el PSOE acapararon conjuntamente entre el 70% y el 80% de los escaños en las cuatro primeras elecciones, y el 91% en las últimas del 2004). Para estas elecciones suele ser suficiente igualmente una muestra nacional representativa de alrededor de 1.200 entrevistas (aunque ésta suele permitir pronosticar con bastante fiabilidad los escaños que tendrán los grandes partidos, 49 de los 54 escaños a repartir obtuvieron entre PSOE y PP en las elecciones europeas de 2004, pero con alguna mayor dificultad los pocos escaños restantes). También en este caso la mayoría de los sondeos han acertado con bastante rigor y exactitud tanto la participación-abstención como la distribución de escaños, y sobre todo si el PSOE o el PP ganaban las elecciones, pero asimismo ha habido algún error notable especialmente al pronosticar la participación en las elecciones de 2004.

Las dificultades de la Ley Electoral se refieren sobre todo a las elecciones legislativas o generales, y muy especialmente a las que se refieren a la elección de los representantes en el




## ●●● Sondeos electorales

Congreso de Diputados. La primera cuestión se refiere al establecimiento de la provincia (y las dos ciudades de Ceuta y Melilla) como circunscripción electoral en la que se han de repartir los escaños previamente asignados a cada circunscripción (3 diputados para cada una de las 50 provincias más 1 a cada una de las ciudades de Ceuta y Melilla, y reparto de los 198 diputados restantes proporcionalmente al número de electores censados en cada circunscripción). Al introducirse de esta manera un criterio inicial de desproporcionalidad (los tres diputados por provincia), se hace imposible que una muestra representativa de la población española pueda servir para elaborar pronósticos electorales. En realidad, el reparto no totalmente proporcional de los escaños obliga a que haya que elaborar 52 muestras representativas de la población de cada una de las circunscripciones si lo que se quiere pronosticar es el número de escaños que corresponderá a cada partido. Una muestra nacional sigue siendo útil a efectos de pronosticar el porcentaje de votos de cada partido en el conjunto del territorio nacional, pero no a efectos de pronosticar el número de escaños a cada partido, pues el número de escaños es un resultado de los escaños obtenidos en cada circunscripción, y no puede deducirse del porcentaje de votos obtenidos en el conjunto de España.

La segunda dificultad para los pro-

nósticos procede del hecho de que en cada circunscripción el reparto de escaños se hace proporcionalmente a los votos obtenidos por cada partido (mediante la denominada regla d'Hont, que favorece muy ligeramente a los partidos con más votos). Los votos de cada partido se dividen por 1, 2, 3, 4, etc. hasta completar el número de escaños que se dirimen en cada circunscripción, y éstos son asignados, uno por uno, al partido con el cociente más alto en cada caso. La aplicación de esta regla conduce a que los últimos escaños, especialmente en las circunscripciones con mayor número de ellos, como Madrid o Barcelona, se diriman por un número muy pequeño de votos. La dificultad, en este caso, se debe a que en cada circunscripción compiten más de dos partidos, generalmente más de 5, y en algunos casos más de 20, lo que complica extraordinariamente el pronóstico mediante encuestas, ya que el error muestral al que con frecuencia se hace referencia en los informes metodológicos se basa en que las posibilidades de respuesta sean solamente dos, lo que obligaría, teóricamente, a incrementar el tamaño de la muestra de forma extraordinaria cuando las posibilidades de respuesta son 20 o más. Hay que recordar que en las primeras elecciones había al menos cuatro partidos nacionales con posibilidades reales de llevarse algún escaño en todas las circunscripciones (UCD, PSOE, PCE y AP), además de al menos un par-





Una dificultad para los pronósticos procede del hecho de que en cada circunscripción el reparto de escaños se hace proporcionalmente a los votos obtenidos por cada partido.

tido nacionalista en muchas circunscripciones, por lo que las posibles respuestas no eran 2 sino 5 como mínimo, y como se ha dicho generalmente más, concretamente un promedio de 10 partidos por circunscripción electoral.

Como ejemplo de la complicación del sistema electoral español ya señalé en un trabajo de investigación publicado inmediatamente después de las elecciones de 1996, en las que el PP superó sólo en un punto porcentual y en 15 escaños al PSOE (156 escaños el PP y 141 el PSOE), que con un cambio de comportamiento electoral (favorable al PP y desfavorable para el PSOE) de un total de 140.892 votantes en 19 circunscripciones electorales (que representaban un 0,44% del censo electoral total), el PP habría

podido obtener 172 escaños frente a 126 del PSOE. Pero, *a sensu* contrario, un cambio de comportamiento electoral (favorable al PSOE y desfavorable para el PP) de un total de 189.071 votantes en 27 circunscripciones electorales (que representaban un 0,59% del censo electoral total) habría implicado que el PP obtuviera 132 escaños frente a 167 del PSOE. Como se ve, un cambio electoral de menos del medio por ciento del total de votantes en menos de la mitad de las circunscripciones habría podido producir resultados tan diferentes como una mayoría casi absoluta del PP o una mayoría relativa muy holgada del PSOE. Teniendo en cuenta que el error muestral que generalmente se estima para las encuestas pre-electorales suele ser del  $\pm 2,5\%$  (aunque ese error estimado es mucho mayor de lo que se dice, pues está calculado sobre la hipótesis de un reparto absolutamente proporcional de los escaños al censo electoral de cada circunscripción y con sólo dos partidos contendientes), es evidente que el cambio de un 0,5% de los votantes estaría muy por debajo del error muestral de cualquier encuesta, por lo que los pronósticos tienen un error estimado posible muy superior al que se dice.


En consecuencia, de acuerdo con la legislación electoral española, resulta relativamente posible hacer pronósticos fiables respecto a los porcentajes de voto para cada partido en el

conjunto nacional, aunque debido al gran número de partidos que concurren a las elecciones, el tamaño de la muestra de 1.200 sólo es útil, en todo caso, para pronosticar el porcentaje de voto que obtendrán los grandes partidos nacionales, y con mayor dificultad para el de otros partidos nacionales, pero es insuficiente para pronosticar el porcentaje de voto de los partidos pequeños o los que sólo se presentan en algunas circunscripciones (como es el caso de los partidos nacionalistas). Si se quiere afinar en el pronóstico de estos otros partidos sólo hay dos soluciones, o bien se incrementa el tamaño de la muestra hasta al menos las 5.000 entrevistas o se hacen muestras suplementarias en aquellas circunscripciones en que se sabe que estos partidos pequeños tienen un respaldo electoral significativo. Pero si se quiere hacer un pronóstico de escaños electorales, hay que abandonar la idea de una muestra nacional y sustituirla por la de llevar a cabo 52 encuestas, una en cada circunscripción electoral, con un promedio de entrevistas de aproximadamente 1.000-1.200 (aunque el error muestral al haber más de dos partidos concurrentes en cada una de ellas haría necesario incluso un tamaño mayor, si realmente se quiere elaborar un pronóstico con garantías de rigor científico). Ello supondría hacer como mínimo un total de más de 52.000 entrevistas, tamaño que no ha alcanzado absolutamente ninguna

encuesta realizada en España desde 1976 hasta la fecha. Por supuesto hay alternativas más o menos aceptables desde el punto de vista científico que se comentan más adelante.

Pero antes puede ser ilustrativo comparar la dificultad de elaborar pronósticos electorales en España con la dificultad de hacerlo en otros países, como por ejemplo Estados Unidos. El sistema electoral de ese país, tanto en lo que se refiere a las elecciones presidenciales como en las elecciones parlamentarias, es mayoritario y no proporcional. Además, tanto en unas elecciones como en otras, y precisamente por lo anterior, sólo cuentan realmente dos partidos, pues aunque otros partidos pueden concurrir y de hecho concurren, sus porcentajes de votos son tan pequeños que generalmente pueden ser ignorados (aunque en algunas elecciones pueden influir en que gane uno u otro de los dos grandes partidos). El sistema mayoritario ('el ganador se lleva todo') facilita evidentemente los pronósticos, puesto que no hay que precisar como en el caso español, donde diferencias en los porcentajes implican cambios en la asignación de los escaños. Así, con una pequeña encuesta en cada estado, en algunos casi no es ni siquiera necesaria la encuesta, no es difícil averiguar qué partido ganará las elecciones, y por tanto qué partido se lleva todos los electores de ese estado.

Por tanto, la dificultad de los pro-



El sistema mayoritario  
(‘el ganador se lleva todo’)  
facilita evidentemente  
los pronósticos, y así sucede  
en Estados Unidos.

nósticos electorales en España se deriva principalmente de dos factores determinados por la ley electoral, el sistema proporcional de asignación de escaños, y la no proporcionalidad del reparto de escaños entre las 52 circunscripciones. Estos dos factores conjuntamente exigen realizar 52 pronósticos diferentes si se quiere elaborar un pronóstico razonablemente científico y no ‘quinielístico’ de los escaños que logrará cada partido. Concretamente, eso es lo que hizo el IOP-CIS en las dos primeras elecciones generales de 1977 y 1979, con una variante, que consistió en realizar un promedio de alrededor de 500 entrevistas por circunscripción (número que fue mayor en las circunscripciones con mayor volumen de electores y por tanto de escaños, y menor en


aquellas con menor número de electores y escaños), con un total de unas 30.000 entrevistas, pero realizando tres oleadas, una nada más convocarse las elecciones, otra a mitad del período entre la convocatoria y la fecha de elecciones, y la tercera y última poco antes del inicio de la campaña electoral. De esta forma se logró, aunque con algunas desviaciones de más-menos un escaño en alguna circunscripción, un pronóstico global para el conjunto de España prácticamente igual a los resultados reales, además de acertar plenamente los porcentajes de votos de los principales partidos, y con diferencias muy pequeñas en los muy pequeños. Este sistema de realizar alrededor tres o dos oleadas de 30.000 entrevistas fue continuado por los diferentes equipos directores del CIS en las elecciones posteriores, hasta las elecciones de 1996 en que se interrumpió ese diseño.

A los factores derivados de la legislación electoral hay que añadir algunos otros obstáculos que dificultan la elaboración de pronósticos electorales en España. Uno de ellos, ya mencionado, es el relativo a la elaboración previa de un pronóstico sobre la participación-abstención. Si no se tiene un buen modelo para pronosticar la participación resulta más difícil acertar los resultados, tanto en porcentaje de votos como en distribución de escaños. Ello se debe a que los que se abstienen de votar no se distribuyen igual que los que votan. La abs-

tención se nutre desigualmente de posibles votantes a los distintos partidos. Eso explica que, en las elecciones de 1996 y 2000, el PP, con el mismo apoyo electoral (recibió el voto del 30% de los electores en ambas elecciones), ganase las primeras por muy escaso margen (un punto porcentual, como se ha indicado antes) y las segundas por mayoría absoluta. En efecto, el PSOE recibió el apoyo del 29% del censo electoral en 1996, pero solo el 23% en el 2000 (seis puntos porcentuales menos), pero es que la abstención aumentó en nueve puntos porcentuales. No es difícil inferir, aparte de que esa inferencia fue confirmada por los estudios post-electorales, que una gran parte del incremento de la abstención fueron votantes socialistas (y otra parte votantes de Izquierda Unida), que por diversas razones que ahora no se van a intentar explicar (incluido el pacto pre-electoral entre PSOE e IU), decidieron no votar. La estimación de la participación-abstención, en estas dos elecciones, era crucial para poder elaborar un pronóstico de resultados: si aumentaba la abstención (y por tanto disminuía la participación) las posibilidades del PP de llegar a la mayoría absoluta eran mayores, pues su electorado era relativamente fijo mientras que el fluctuante era el de los partidos de izquierda. En el 2004 se preveía una abstención semejante a la del 2000, pero los atentados del 11-M y la gestión de la crisis por par-

te del PP movilizó a los votantes que habían estado contra la participación de España en la guerra de Iraq, votantes que como es lógico eran mayoritariamente de izquierdas, de manera que la abstención disminuyó en siete puntos porcentuales respecto a las elecciones del 2000, y el PSOE aumentó su apoyo electoral en casi nueve puntos porcentuales, mientras que el PP lo redujo en sólo dos puntos. El respaldo del electorado al PP apenas varió, fue el PSOE el que se benefició de un incremento de la participación (y posiblemente de cierto trasvase de voto desde IU). Hay quien afirma que el incremento de la participación se habría producido incluso sin atentados, lo cual es una hipótesis plausible, si no en la misma magnitud, sí al menos en su tendencia, pero esas hipótesis son difíciles de verificar.

En cualquier caso, los ejemplos anteriores ponen de manifiesto dos cuestiones importantes. En primer lugar, la importancia de elaborar un buen pronóstico de la participación-abstención, porque en cada elección (europea, nacional, autonómica o local) la abstención procede más de ciertos partidos que de otros, y no hay una regla segura, hay que averiguarla en cada elección. En segundo lugar, el lector habrá advertido que se ha estado haciendo siempre referencia al 'electorado' y no a los 'votantes'. Esta es otra cuestión que merece una breve explicación. El electorado es el conjunto de personas con dere-



Muchos expertos  
y periodistas no acaban  
de diferenciar  
adecuadamente  
entre proporciones sobre  
electorado o sobre votantes  
a candidaturas.

cho a voto. En una elección concreta, los electores se dividen en dos grupos, los que votan y los que se abstienen. Los que votan se dividen a su vez en dos clases, los que depositan un voto válido y los que depositan un voto nulo. Y los que depositan un voto válido se dividen a su vez en dos grupos, los que depositan un voto en blanco y los que depositan un voto a una candidatura (una lista de partido). Pues bien, a efectos de análisis como los precedentes, es más importante analizar las encuestas comparando las intenciones de voto a los diferentes partidos sobre la base del total de entrevistados, comparándolos con el porcentaje de votos a los diferentes partidos sobre el total de electores en la elección precedente, pues sólo así podremos analizar correcta-


mente si se están o no produciendo cambios en los apoyos del electorado a los diferentes partidos, cambios que pueden proceder de trasvases de apoyos de unos partidos a otros pero que también pueden derivarse de cambios en las intenciones de votar o abstenerse, como hemos demostrado anteriormente. En realidad, el análisis de los votantes a cada partido sólo tiene interés para hacer el reparto de escaños en cada circunscripción, pues la comparación entre la proporción de votantes potenciales a cada partido según la encuesta (es decir, la estimación de los que votarán a cada partido una vez estimada la participación) y la proporción de votantes reales a cada partido (sobre el total de votantes) en las elecciones anteriores no es una comparación válida (excepto si esos votos se van a traducir a escaños), pues no nos dice nada sobre los cambios en el electorado a causa de trasvases entre partidos o a cambios en la participación-abstención. Esto es muy importante porque muchos análisis de expertos y de periodistas no acaban de diferenciar adecuadamente entre proporciones sobre electorado (total de electores y total de entrevistados) o sobre votantes a candidaturas (total de votantes a candidaturas y total de entrevistados que se estima que votarán).

Naturalmente, al hacer el reparto de escaños partiendo de encuestas, hay también que tener en cuenta que los partidos que no alcanzan a reci-

bir el 3% de los votos a candidaturas en esa circunscripción son excluidos del reparto. Pero esta es una precaución realmente innecesaria, puesto que al calcular los cocientes de la regla d'Hont sería prácticamente imposible que un partido que no ha logrado el 3% de los votos en una circunscripción pudiese ser aspirante a un escaño.

Llegados a este punto, cabe preguntarse, ¿cómo se han venido solucionando estos problemas o limitaciones? Resulta evidente que, a excepción del IOP-CIS, no ha habido ninguna otra encuesta que ni remotamente se haya aproximado a muestras de 30.000 entrevistas, y menos aún que hayan realizado dos o tres oleadas de esa magnitud para una elección. Pero, puesto que hay 20 circunscripciones que tienen sólo 1, 3 o 4 escaños, algunos investigadores deciden realizar pequeñas encuestas en ellas para realizar la asignación de sus escaños, realizando encuestas con muestras algo mayores en las 28 circunscripciones que tienen entre 5 y 12 escaños, y más aún en Valencia (16 escaños) y en Barcelona (31) y Madrid (35). Este método evidentemente es más barato, pero tiene ciertos riesgos, como es fácilmente comprensible por lo explicado anteriormente. Algunos, incluso más arriesgados, hacen su pronóstico en circunscripciones relativamente estables a lo largo del tiempo en cuanto a la distribución de sus escaños sin hacer ninguna investiga-

ción, simplemente aceptando como válidos los resultados de elecciones anteriores y concentrando sus esfuerzos en las demás. Otros han pretendido encontrar una fórmula para convertir porcentajes de voto en escaños, pero es evidente que la correlación entre estas dos variables no es perfecta, lo que obliga nuevamente a pronosticar horquillas relativamente amplias, que cuando dos partidos tienen respaldos electorales muy similares (como ha sucedido en 1993, 1996 y 2004, en las que las diferencias de porcentajes entre ambos partidos fue inferior a cinco puntos porcentuales). No cabe duda de que la experiencia y resultados de elecciones anteriores es de gran ayuda para elaborar pronósticos para otras posteriores, pero casi todas las elecciones tienen su sorpresa. En 1979, por ejemplo, la constitución del PSA muy poco antes de que se cerrase el plazo para la presentación de candidaturas le costó al PSOE al menos un escaño por provincia andaluza, beneficiando a la UCD. En 1982 fue el efecto *band wagon* a favor del PSOE, que logró la participación más alta de la historia de la democracia española (80%) al lograr que fuera a votar toda la izquierda extraparlamentaria. En 1986 lo inesperado fue que el PRD no lograra ni un solo escaño mientras que el CDS mejoró significativamente sus resultados de 1982. En 1989 lo inesperado fue que el PSOE finalmente pudiese gobernar con mayoría absoluta a pe-



No cabe duda de que la experiencia y resultados de elecciones anteriores es de gran ayuda para elaborar pronósticos para otras posteriores, pero casi todas las elecciones tienen su sorpresa.

sar de no haberla obtenido, debido a que los diputados de Herri Batasuna no recogieron sus actas de diputado. En 1996, cuando la mayoría de las encuestas publicadas pronosticaban una victoria arrolladora del PP, posiblemente intentando provocar, equivocadamente, el efecto *band wagon*, lo que provocaron fue un efecto *boomerang*, hasta el punto de que finalmente ganaron sólo por un punto porcentual. En el 2000, por el contrario, la mayoría de las encuestas publicadas pronosticaban una victoria muy escueta, y el resultado fue la mayoría absoluta, cuando el desconcierto en las filas del PSOE por la falta de un líder y de programa, así como por el pacto pre-electoral entre el PSOE e IU, eran signos que debían haber sido tenidos en cuenta, como también de-

bería haberse tenido en cuenta el indudable éxito del PP en su política económica de los cuatro años precedentes.

Los anteriores comentarios llevan a otra consideración que hasta ahora no ha surgido. Se trata de que en las encuestas pre-electorales los entrevistados contestan su intención de voto, lo que no significa que luego hagan lo que dicen que van a hacer. Algún investigador, contrariado por ver sus pronósticos no confirmados por los resultados, se quejaba amargamente porque los “entrevistados mienten cuando se les pregunta a quién van a votar”. Es evidente que el investigador, además de todos los aspectos metodológicos antes mencionados, por muy rigurosos que éstos sean, no puede aceptar las respuestas de los entrevistados sin hacer un análisis crítico que se formaliza en una estimación del voto. Es lo que habitualmente se denomina la ‘cocina’, y que cuando se hace con rigor científico no implica manipulación malintencionada, aunque sea cierto que en ocasiones algunas ‘cocinas’ parecen muy penetradas con las preferencias electorales de sus clientes.

En la ‘cocina’ rigurosamente elaborada no es infrecuente, sino todo lo contrario, que los datos de intención de voto denominada ‘directa’ (es decir, la intención basada estrictamente en las respuestas de los entrevistados) se inviertan por completo en la estimación de voto. Otra cosa

es, por supuesto, cuando esa inversión está motivada por otras razones menos científicas y más influidas por razones ideológicas o políticas. La manera de diferenciar unas ‘cocinas’ de otras es a través del contraste a lo largo de varias elecciones entre sus respectivos pronósticos y los resultados reales. La estimación de voto es siempre una responsabilidad del investigador.

Debe señalarse, por último, que la legislación electoral española prohíbe la publicación de resultados de encuestas desde una semana antes del día de las elecciones, lo que significa que la recogida de datos (el trabajo de campo) se ha realizado al menos dos semanas antes del día electoral, es decir, justo antes de que comience la campaña electoral oficial. Esa regulación implica que todos los pronósticos electorales que se publican no han tenido en cuenta la campaña electoral, y aunque es cierto que tres de cada cuatro electores tienen decidido lo que van a hacer (votar o no votar, votar a un partido o a otro) antes incluso de que la convocatoria oficial de elecciones, y sólo menos de un 10% toma su decisión durante la campaña electoral, debe recordarse que la diferencia entre los dos grandes partidos ha sido precisamente inferior a 10 puntos porcentuales en todas las elecciones desde 1993, por lo que las decisiones de ese 10% que espera hasta el final para decidir su comportamiento electoral tienen una

gran importancia, al menos teóricamente.


Hasta ahora todas las reflexiones se han referido a sondeos y encuestas pre-electorales. Pero es cada vez más frecuente, y tienen cada vez más audiencia, los sondeos ‘a pie de urna’ o ‘israelitas’. Estos sondeos, que suelen publicarse por los canales de televisión en el momento mismo en que se cierran los colegios electorales, tienen la particularidad de que, durante horas, hasta que se ofrecen los resultados oficiales, están creando un clima de opinión dando por ganador a un partido u otro, clima que resulta difícil modificar incluso cuando ya se conocen los resultados reales. La primera ocasión en que hubo un cierto conflicto entre los resultados anunciados por estos sondeos ‘a pie de urna’ y los resultados reales fue el referéndum de 1986 sobre la permanencia en la OTAN. El sondeo pronosticó un triunfo del No, y el resultado final fue un Sí. Muchos otros sondeos similares han anunciado la victoria por mayoría absoluta a CiU en unas elecciones autonómicas para ver cómo los resultados oficiales daban una victoria por mayoría relativa, o cómo se asignaban un elevado número de escaños a Batasuna que luego los avances de resultados oficiales y el resultado final fueron reduciendo poco a poco. Y es que la obtención de una muestra representativa de la población con derecho a voto durante la jornada electoral es más difícil que



Los sondeos 'israelitas' o 'a pie de urna' suelen tener más error que los pre-electorales.

en los sondeos pre-electorales. Pero, sobre todo, no se suele tomar en consideración el hecho de que el entrevistado adquiere mucha más responsabilidad cuando 'confiesa' lo que acaba de hacer que cuando dice lo que hará pues lo hecho ya no tiene vuelta atrás, mientras que lo que se va a hacer sí la tiene. Esto suele provocar mucha mayor tensión en el entrevistado, que se ve más presionado a adivinar cuál es la respuesta más 'políticamente correcta' para 'quedar bien ante el entrevistador', y por tanto es más esperable y comprensible que el entrevistado oculte su comportamiento real. Por eso los sondeos 'israelitas' suelen tener más error que los pre-electorales, un error que es mucho difícil de corregir mediante la 'cocina', y que es más visible además debido a esa

presencia continuada en las pantallas de televisión durante varias horas, precisamente cuando más audiencia está pendiente de ellas para conocer los resultados reales. Por otra parte, no se entiende que los canales de televisión sigan empeñados en arriesgar su prestigio ofreciendo un pronóstico de resultados que a las pocas horas es con frecuencia desmentido por los resultados electorales.

En resumen, por tanto, hacer pronósticos electorales en España no es nada fácil, sobre todo si no se adoptan los mínimos criterios metodológicos para elaborarlos. Los pronósticos de porcentajes de votos a los diferentes partidos son relativamente fáciles, pues requieren muestras nacionales pequeñas, pero los pronósticos de distribución de escaños entre los diferentes partidos son bastante más difíciles, ya que requieren muestras representativas en todas las circunscripciones, lo que implica un número muy alto de entrevistas y por tanto un coste muy elevado. 

#### Bibliografía

Díez Nicolás, Juan (1996): "Predicción de escaños electorales mediante encuesta". *Revista Española de Investigaciones Sociológicas* 74:269-89.

Díez Nicolás, J. y J. Díez Medrano (2002): "Modelos estadísticos en los procesos electorales", en Ministerio del Interior, Panorama Actual de la Administración y Gestión de los Procesos Electorales. Madrid: Dykinson SL.

Granados, Francisco J. (2005): "Intertwined cultural and relational environments of organizations". *Social Forces* 83:883-918.



# Un caso de transparencia judicial

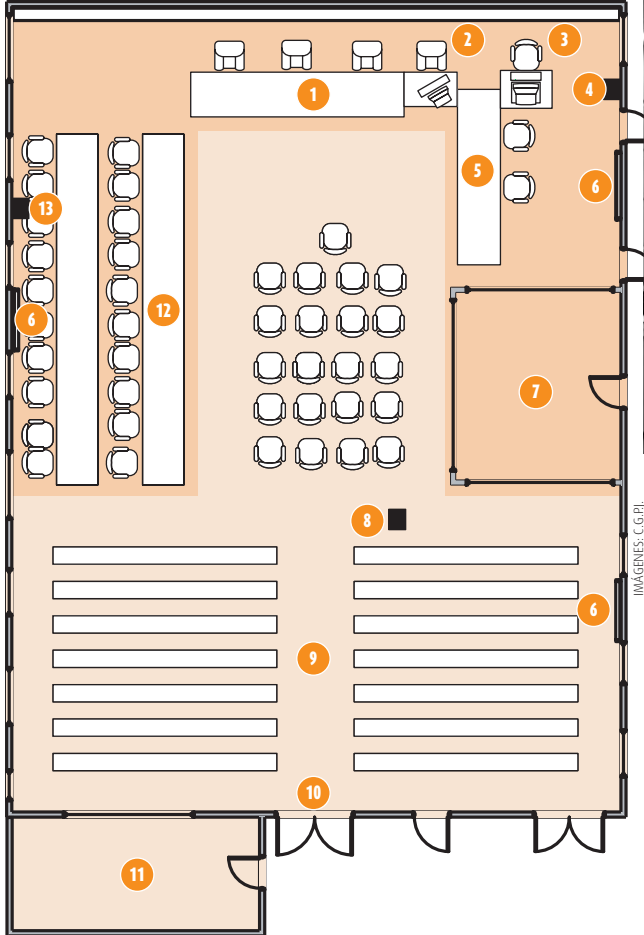
La Audiencia Nacional ha dado un ejemplo de máxima transparencia judicial en la organización y celebración del juicio del 11-S, en el que 24 personas fueron juzgadas por su supuesta implicación en el ataque a las Torres Gemelas y al Pentágono.

## CARLOS BERBELL

**E**l primer día que comenzó el juicio, el pasado 22 de abril de 2005, todo fueron sorpresas para los informadores. Contrariamente a lo que podía esperarse, el edificio había sido acondicionado y preparado para albergar el Juicio del 11-S pensando en los medios de comunicación, para darle la máxima transparencia posible.

Los principales responsables judiciales de tal decisión fueron el presidente de la Audiencia Nacional (AN), Carlos Dívar, y el presidente de la Sala de lo Penal –‘jefe’ de las cuatro secciones existentes–, el magistrado Javier Gómez Bermúdez. Éste, además, era la persona que iba a presidir el juicio junto con los magistrados Ángela Murillo –ponente– y Ricardo Ro-

**Carlos Berbell** es asesor de imagen del Consejo General del Poder Judicial.



- 1.** Tribunal **2.** Secretario Judicial
- 3.** Estenotipista **4.** Posición 3ª, minicámara de TV instalada en la pared
- 5.** Ministerio Fiscal **6.** Pantallas planas de TV **7.** 'Pecera' blindada con capacidad para 34 acusados **8.** Posición 1ª, minicámara de TV instalada en el techo **9.** Público **10.** Entrada
- 11.** Control de realización de TV desde el que se manejan las minicámaras de TV y se facilita la señal **12.** Abogados defensores **13.** Posición 2ª, minicámara de TV instalada en la pared.

dríguez. La decisión de la máxima transparencia informativa fue refrendada y apoyada económicamente por el titular del Ministerio de Justicia, Juan Fernando López Aguilar. No se debe olvidar que tanto la AN como el Tribunal Supremo dependen económicamente, en cuestión de medios materiales, de dicha cartera ministerial.

El nuevo edificio judicial provisional de la Audiencia Nacional –el órgano con competencia específica en

delitos económicos, de narcotráfico y terrorismo y extradiciones–, formaba parte del antiguo Parque Ferial de Madrid. Está situado junto a la carretera de Extremadura, en la Casa de Campo, al oeste de la capital. A unos 10 kilómetros del edificio permanente que la AN tiene en la calle Génova, en pleno centro de la ciudad. Su propiedad es de la empresa municipal Campo de las Naciones, a la que se le ha arrendado por un período de

dos años a razón de 280.000 euros anuales.

El Juicio del 11-S era un macrojuicio contra 24 acusados a los que se juzgaba por su supuesta pertenencia al grupo terrorista Al Qaeda y su colaboración en los atentados que derribaron las Torres Gemelas de Nueva York y que destruyeron parcialmente el Pentágono, en Washington; las penas solicitadas por el fiscal, Pedro Rubira, sumaban un total de 74.000 años de prisión.

Era la primera vez que se celebraba en el mundo un juicio por esos hechos y la expectación era mayúscula, principalmente de medios de comunicación de Europa y de Estados Unidos, el lugar de la masacre.

Los 24 acusados estaban representados legalmente por 20 abogados defensores –un número equivalente a casi dos equipos de fútbol–.

El cambio de edificio fue obligado cuando Dívar y Gómez Bermúdez tuvieron la certeza, a finales de 2004, de que la sala de vistas principal de la AN, situada en la planta baja, se había quedado pequeña y era inadecuada. Además, tras este juicio está previsto la celebración de dos macrojuicios más con un número equivalente de acusados o superior: el del 11 de Marzo, por los atentados de Madrid, con 25 acusados, y el de Xaki y Ekin, supuestas organizaciones de la órbita de ETA, con 65 imputados.

Sin embargo, a pesar de que la nueva sala de vistas era tres veces más

grande que la sala principal de la AN, no permitía el contacto ocular de todos los abogados con los declarantes, ya fueran acusados, testigos y peritos, durante la fase de interrogatorio. Tampoco era viable que los letrados más desfavorecidos por su situación física en los estrados se levantaran, según llegara su turno de intervención, para ocupar uno de los seis lugares privilegiados de entre los 20 establecidos con el fin de proceder al interrogatorio cara a cara. El continuo trasiego que eso hubiera producido habría frenado la marcha del proceso.


El puzle representó un auténtico desafío para Antonio Martín Bernaldo de Quirós, el arquitecto del Ministerio de Justicia responsable del diseño y acondicionamiento del lugar. Al final se adoptó la misma solución que se estaba aplicando en la sala de vistas grande de la AN, donde se han celebrado juicios tan relevantes como el del *caso Banesto*, el del *caso Lasa y Zabala*, el del *caso Schilingo* o el último, del Banco Santander.

En dicha sala hay instalada una red de tres minicámaras de televisión que son operadas con un *joystick*. A distancia, desde el control de realización, instalado a la entrada de la sala de vistas, una realizadora encuadra los planos de cada minicámara y los selecciona para después enviarlos a una gran pantalla de televisión situada justo detrás y por encima del presidente tribunal.

De esa forma, los abogados que están sentados oblicuamente y por detrás del declarante, pueden ver las expresiones de su cara cuando le están interrogando, sin tener que moverse de su sitio por muy alejados que se encuentren.

Observar con detenimiento los gestos faciales y el lenguaje del cuerpo de la persona a la que se están haciendo preguntas de importancia es de crucial importancia. Pueden subrayar la veracidad de sus palabras o las pueden desmentir, mostrando que no está diciendo la verdad, lo que contribuye de forma determinante a crear el convencimiento, en un sentido o en otro, en la mente de los miembros del tribunal.

En la sala de vistas del juicio del 11-S se instalaron igualmente tres minicámaras Sony. La primera se ubicó en el techo, sobre el área destinada al público, y cubría con su tiro al tribunal, el fiscal, los abogados y los acusados. Una segunda minicámara se ubicó en la pared del lado de los abogados, con lo que con su lente de zoom podía recoger el testimonio de los interrogados, el fiscal y la 'pecera' blindada donde permanecieron la mayo-



El nuevo edificio provisional de la Audiencia Nacional cuesta 280.000 euros de alquiler anual.

---

---

ría de los 24 acusados. La tercera minicámara se situó en la pared del fiscal y permitía las tomas de los abogados defensores y los declarantes.

Las tres minicámaras habrían pasado desapercibidas para los presentes si las imágenes no se hubieran podido ver en tres pantallas planas de plasma de televisión de 52 pulgadas con altavoces Fujitsu instaladas una en la pared del lado del fiscal, la otra en la pared del lado de los abogados y la tercera en la pared trasera derecha de la sala, junto al público.

Su efecto podría compararse al que ha tenido la laparoscopia en el mundo de la Medicina. Ya no hace falta abrir a un enfermo con un bisturí sino que con un cable finísimo, dotado de una luz fría en la punta y diversos recursos quirúrgicos que se manipulan por vía mecánica, se acaba en cuestión de minutos con difíciles problemas biológicos. Y sin postoperatorio alguno.

Las tres minicámaras son casi imperceptibles, a diferencia de las clásicas Sony Betacam SP, SX o Digital (o de otras marcas y tipos equivalentes) que suelen utilizar la mayoría de las

televisiones comerciales. Al no ser perceptibles, el supuesto efecto 'intimidación' desaparece. Cualquier tipo de cobertura de juicios con cámaras ENG como las mencionadas, ha quedado obsoleta.

## Señal de televisión multiuso

Las tres minicámaras de esta sala de vistas eran manejadas de la misma forma que en la sede de Génova: a distancia, mediante *joystick*, desde el control de realización por personal técnico de Fujitsu España Services, la empresa responsable de todo el despliegue técnico. El equipo de mezcla de la señal de vídeo fue Sony y el de audio Yamaha.

Este se estableció en el mismo lugar que el otro, es decir, al final de la sala, a la derecha de la puerta de salida. El realizador construía los planos y después los 'pinchaba' en pantalla.

La instalación de todo el sistema tecnológico fue llevado a cabo por 6 técnicos en el tiempo récord de 10 días, todo bajo la supervisión de Javier Hornias, jefe del departamento multimedia español de la multinacional japonesa.

La señal de televisión del juicio, en su inicio, tenía tres usos primigenios. El primero y principal fue, como se ha indicado, facilitar las intervenciones orales de todos y cada uno de los letrados con el fin de que éstos vieran la cara de las personas que en ca-

da momento estaban declarando. El segundo destino fue el de generar una copia judicial en formato audiovisual; era imposible que el secretario pudiera tomar nota de todo lo que acontecía en el juicio. Cada sesión se grababa en DVD con efectos de registro oficial; al mismo podían tener acceso cualquiera de los letrados para su estudio. El tercer uso fue el de facilitar la proyección de pruebas documentales a través de una minicámara con zoom y macro instalada a tres metros por encima del secretario judicial que permitía reproducir en las pantallas planas, con todo detalle, fotos, escritos, mapas y lo que se precisara; una solución similar ha sido adoptada en numerosas salas de juicios de toda España, como la sala del jurado popular de la Audiencia Provincial de Barcelona.

El edificio fue cubierto con casi seis kilómetros de cable. El resultado fue incomparable. La calidad de la señal era *broadcast* (profesional), comparable a la que se obtiene en cualquier plató de televisión.


Otros usos oficiales de esta tecnología incluyen la declaración por videoconferencia con un sistema encriptado de máxima seguridad para personas que no pueden estar en la sala por motivos insuperables.

La decisión final de permitir que la señal del Juicio del 11-S fuera facilitada a los medios de comunicación correspondió al magistrado Gómez Bermúdez, en su calidad de presiden-

te del Tribunal al que le corresponde la competencia de “policía de estrados”, es decir, del control del orden público en la sala y, por ende, de dirimir la forma de cobertura de los medios de comunicación audiovisuales.

Para Gómez Bermúdez fue evidente desde el principio que la dimensión internacional del juicio requería un planteamiento abierto de “luz y taquígrafos”. Ni la Justicia española ni la AN podían ser puestos en tela de juicio. Por eso decidió aplicar la máxima transparencia informativa y permitir no sólo que la señal del juicio completo –audio y vídeo– fuera distribuida a las televisiones sino que también propició la instalación de una moderna sala de prensa, a pocos metros de la sala de vistas, donde se instalaron cuatro pantallas planas de plasma de televisión de 42 pulgadas con altavoces, idénticas en modelo a las que había en la sala de vistas.

Desde ese lugar los representantes de los 125 medios acreditados de todo el mundo –televisión, radio, prensa y agencias; desde la CNN, Al Jazeera, pasando por el *Washington Post*, el



El presidente de la Sala podía cortar, con un simple botón, el audio procedente de la ‘pecera’ blindada de los acusados, del fiscal y de los abogados.

---

---

*New York Times*, *The Times* o *Le Monde*– pudieron seguir lo que sucedía en la sala de vistas en todo momento.

Las cadenas de televisión pudieron ‘pinchar’ la señal institucional del juicio a través de Televisión Española en la modalidad *pool*, pagando los gastos a medias. TVE llevaba la señal desde la Casa de Campo hasta Torre España y desde ahí era distribuida a todos los interesados.

Las televisiones pequeñas que no podían afrontar el coste del *pool* también tuvieron acceso a la señal llevando un grabador a esa sede y pinchando directamente la señal desde la sala de prensa.

De una forma paralela a la implantación de estas facilidades informativas, los especialistas aseguraron técnicamente que el presidente del tribunal pudiera disponer de recursos para restablecer el orden en momentos de tensión. Con ese fin instalaron el llamado sistema de discusión Toa, un recurso tecnológico que permitía a Gómez Bermúdez cortar, con un simple botón, el audio procedente de la ‘pecera’ blindada de los acusados, del fiscal y de los abogados.



## Una inversión importante

El Ministerio de Justicia hizo una inversión total de 900.000 euros en el acondicionamiento y preparación del edificio. También se encargó de la instalación de un parque de ordenadores, conexiones a Internet e, incluso, una sala específica para que los periodistas de radio pudieran hacer sus piezas con toda comodidad.

La organización del acceso de los profesionales de los medios fue realizada por la jefe de Prensa de la AN, Maite Cunchillos, un puesto que creó recientemente el Consejo General del Poder Judicial (CGPJ), el órgano de gobierno de los jueces, para potenciar la transparencia informativa de la Justicia. A este puesto hay que sumar otros 17 más, uno por cada Tribunal Superior de Justicia existente, el existente en el Tribunal Supremo y el del propio CGPJ, lo que hace un total de 20 Gabinetes de Comunicación.

Esta apuesta por la comunicación del órgano de los jueces se sustanció con la aprobación, en 2004, del llamado Protocolo de Comunicación de la Justicia, aprobado por el Pleno del CGPJ. El documento, sin parangón en nuestro entorno europeo, establece las líneas generales informativas que se deben seguir con los medios de comunicación, qué información se puede facilitar, cómo y cuándo.

Es evidente que la existencia de esta política proactiva de comunicación del CGPJ facilitó, en gran medida, el

trabajo de los informadores en este juicio crucial. Pocas veces antes como esta tuvo tanto sentido la frase citada de “luz y taquígrafos”.

Sobre todo porque nuestro sistema judicial no es anglosajón sino continental y tiene unas peculiaridades difíciles de entender para un neófito, un profano o un extranjero.

Con el fin de paliar este ‘déficit’ el magistrado Gómez Bermúdez bajó una vez por semana a la sala de prensa a hablar con los periodistas con el fin de resolver y aclarar las dudas que pudieran tener. Esta disposición sorprendió a todos en un principio porque suele ser inusual. La importancia del caso requería respuestas a su altura. Los resultados, en materia de imagen de la Justicia, no pudieron ser mejores.

## La norma

Este tipo de cobertura audiovisual de máxima publicidad es la norma que se viene aplicando en la AN desde hace poco más de 15 años. Sin embargo, no es la norma que impera en el resto de los tribunales de toda España, aunque la ‘tradición’ de presencia de cámaras de televisión en los juicios se remonte a 1986, cuando se celebró en la Audiencia Provincial de Madrid el juicio por la muerte de Santiago Corella, *El Nani*. Y eso a pesar de dos recientes sentencias del Tribunal Constitucional –idénticas en su redacción porque eran dos las partes que




habían recurrido en amparo— que vinieron a dar la vuelta a la situación anterior.

Hasta el año pasado, 2004, el acceso de las cámaras de televisión y las radios a las salas de juicios estaba prohibido a no ser que el tribunal del caso lo autorizara expresamente. Ahora, los medios audiovisuales están autorizados a acceder a las salas de vistas siempre que se avise con antelación.

Este nuevo contexto ha dado alas a que entre muchos informadores se extienda la creencia de que se ha establecido un derecho universal de acceso de las cámaras de televisión a las salas de vistas de los juicios sin cortapisas. Curiosamente, al mismo tiempo se obvia, se pasa por alto o no se quiere tener en cuenta la segunda parte, la de que los jueces siguen teniendo la llave de “policía de estrados”.

El ponente —redactor— de las dos sentencias, Javier Delgado Barrio, anterior presidente del CGPJ y del Tribunal Supremo, no dio pie a esa interpretación de derecho universal de acceso de las televisiones y tampoco dijo de forma clara y taxativa que debía imperar la publicidad total en to-



El magistrado  
Gómez Bermúdez  
acudía una vez por  
semana a la sala de  
prensa para hablar  
con los periodistas.

---

---

dos los juicios, al estilo de este del 11-S. Esta es una opción de cada tribunal que, sin embargo, debe razonar la negativa cuando se le solicita de una manera formal:

“Mientras el legislador, de acuerdo con las exigencias del principio de proporcionalidad y de la ponderación, no limite con carácter general esta forma de ejercicio de la libertad de información, su prohibición o limitación en cada caso forman parte de la competencia que la Ley Orgánica del Poder Judicial y las distintas leyes procesales atribuyen a los Jueces y Tribunales para decidir sobre

la limitación o exclusión de la publicidad de los juicios, competencia ésta que ha de ser también ejercida conforme al principio de proporcionalidad. En este sentido, podría, por ejemplo, admitirse la utilización de estos medios de captación y difusión de imágenes sólo antes, después y en las pausas de un juicio oral, según las circunstancias del caso; o aplicarse la solución que se conoce como *pool*; o imponerse la obligación de tratar *a posteriori* las imágenes obtenidas para digitalizar determinados ámbitos de las mismas de forma tal que no sean

reconocibles determinados rostros, etc”.

La sentencia dejó claro que no había una única solución sino múltiples soluciones que debían adoptarse según cada caso. Las soluciones que propuso, traducidas al lenguaje periodístico, fueron:

1. El mudo, imágenes de los participantes en el juicio minutos antes de que comience, en el descanso o en el final.

2. La publicidad universal, como en el Juicio del 11-S –los medios de comunicación audiovisuales cubren el juicio sin restricciones bajo el régimen de señal *pool*.


3. La grabación, sin difusión simultánea, y su tratamiento audiovisual *a posteriori*, en postproducción, para cubrir con mosaicos los planos de determinadas personas con el fin de sean reconocibles.

4. En el ‘etc.’ de las sentencias, también cabe una posibilidad más: la realización mediante encuadres cuidados de los intervinientes, tomando aspectos de las personas que no permitan su identificación, como en los recientes juicios de Costa Polvoranca y el asesino de la baraja, celebrados en la Audiencia Provincial de Madrid, donde existe una instalación similar a la de la AN.

Muchos magistrados y jueces argumentan que la solución final para acabar con esta situación sería que el Parlamento aprobara una Ley que dejara las cosas claras de una vez por

todas. Y tendría que ser una Ley Orgánica ya que afecta a derechos fundamentales, como el derecho a la libertad de expresión, el derecho a la información, el derecho a la propia imagen o el derecho al honor.

Hasta que eso ocurra, el único camino que queda es el de la aprobación de un Convenio de autorregulación sobre el tratamiento de los juicios por televisión, que fuera suscrito por todas las televisiones. Aunque tal documento no tiene fuerza de Ley, el hecho de establecer unos márgenes razonables de actuación, y unas restricciones necesarias –como, por ejemplo, que los menores no pueden salir declarando o que no se debe tomar la imagen de ningún miembro del jurado popular–, contribuiría de forma decisiva a vencer las resistencias que todavía pueden existir entre los profesionales de la Justicia a la hora de decidir el tipo de cobertura que se debe dar a los juicios en los que tienen que actuar.

Aún así, a pesar de la indefinición legal existente, la Justicia española es una de las más permeables de Europa a la presencia de los medios audiovisuales en los juicios. Permite que procesos como este del 11-S pueda ser seguido en directo por estadounidenses y por árabes, en igualdad de condiciones, con la máxima transparencia, lo que aumenta la confianza de la ciudadanía en el sistema judicial español. Y esto es lo más importante de todo. 

## La moda de los apócopes

Aunque muchos libros de estilo aún ordenan que a las personas y a las entidades se les llame como se llaman, y no como convenga al periodista para cuadrar el titular, cada día nos tomamos más licencias en la prensa impresa. La última, apócopar todo nombre propio un poco largo; esto es, acortarle matrices a los nombres propios para subirle el cuerpo a los titulares.

**P**ara un político, un deportista o un artista, tener un nombre o un apellido corto y singular es una bendición. Con esa azarosa virtud, saldrá mucho más en los titulares de los periódicos, hablará mucho de él la prensa (incluso bien) y hará carrera profesional más larga y exitosa.

Estoy casi convencido de que Rato (4 matrices) tiene mejor prensa que Solbes (6) no por una mejor gestión sino por su nombre más corto, y que llamándose uno Clos (4) le resulta más fácil ganar la Alcaldía de Barcelona que siendo Sánchez Monteseirín (19) la de Sevilla o apelándose Ruiz-Gallardón (14) la de Madrid. Y sospe-

cho que José Luis Rodríguez Zapatero hubiera tenido más complicada la victoria electoral en marzo de 2004 si a uno de sus asesores de campaña no se le hubiera ocurrido sustituir ese nombre larguísimo y en sus tres primeros elementos demasiado común por el hiperbreve y raro ZP. ¡Un candidato al que se le podía identificar con sólo dos letras, una de ellas infrecuente! ¡Una bendición para los cronistas, los maquetadores y los directores de arte!

Si Raúl (4) aún es llamado a la selección nacional de fútbol probablemente se deba más a la contundencia de su apellido que a la de sus remates a puerta, y si aún hay entrena-

dores que cuentan algo con Figo (4) probablemente se deba a que nadie le llama por su verdadero nombre, Luis Felipe Madeira Caeiro. Observemos que desde que a Gibernau (8) le llamamos Sete (4) acostumbra a subir al podio con mayor frecuencia, y que Pedrosa (7) ha pasado a llamarse Dani (4) a medida que ha ido acaparando triunfos y títulos y han necesitado los confeccionadores subir los cuerpos tipográficos para loar sus hazañas.

Triunfar en el cine, en fin, parece más fácil llamándose Saura (5), Bardem (6) o Buñuel (6) que siendo Amenábar (8) o Almodóvar (9). Y sospecho que si Luis García Berlanga se quitó el nombre y el primer apellido y se quedó en Berlanga (7) fue para facilitarnos el trabajo a los plumillas, y que José Luis García se eliminó la a final de su apellido y se llamó Garci para lo mismo y para singularizarse.

Aunque muchos libros de estilo de los diarios aún ordenan que a las personas y a las entidades se les llame como se llaman, y no como conveniga al periodista para cuadrar el titular, cada día nos tomamos más licencias en la prensa impresa. Ya no es sólo que a Álvarez Cascos le llamemos Cascos a secas (bueno, ya casi no le llamamos nada) y al citado Ruiz-Gallardón le hayamos retirado la primera parte del apellido y el guión, sino que se está extendiendo entre nosotros una moda que consiste en bus-

carle apócope a todo nombre propio un poco largo. Y así, hemos empezado a decirle Luxe (4) al entrenador del Real Madrid, Luxemburgo (10), y Roni (4) a Ronaldo (7), y Zizou (5) a Zidane (6), y Becks (5) a Beckham (7), y Zubi (4) a Zubizarreta (11), y Cañi (4) a Cañizares (9), y Estu (4) al Estudiantes (11) y Fuenla (6) al Fuenlabrada (11) y Schumi (6) a Schumacher (10) y Floren (6) a Florentino Pérez (16).

¿Cuál será lo próximo que inventemos en nuestro afán por acortarle matrices a los nombres propios y subirle el cuerpo a los titulares?

Contaba en sus clases de Semántica mi profesor Gregorio Salvador Caja la excelente impresión que se llevó cuando en 1970 voló a México y se encontró el aeropuerto y el camino al hotel llenos de vallas y carteles donde sólo se decía "LEA". ¡Qué gran país –se dijo don Gregorio–, que se gasta tantos cuartos en fomentar la lectura! Hasta que supo que la leyenda no era lo que parecía, sino las iniciales de Luis Echevarría Álvarez, candidato a la Presidencia de la República y luego controvertido presidente.

Si el XX fue el siglo de las siglas para empresas y organismos, ¿será el XXI el de las siglas y los anagramas para las personas, y tras generalizarse el ZP le llamaremos MR a Mariano Rajoy y PM a Pasqual Maragall, y a Esperanza Aguirre simplemente EA, que da para eslóganes cantados, ripios varios y titulares con segunda intención?



# La imagen en la información


La alarmante proliferación de medidas cautelares dictadas por los jueces encaminadas a prohibir la obtención fotografías en lugares públicos, de personas públicas o de proyección pública, exige una consideración desde el punto de vista del derecho positivo y de la jurisprudencia del Tribunal Constitucional. La Ley Orgánica de 5 de mayo de 1982, de protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar, y a la propia imagen, promulgada en desarrollo del art. 18.1 de la CE que garantiza el derecho a la propia imagen, considera intromisiones ilegítimas “la captación, reproducción o publicación de la imagen de una persona en lugares o momentos de su vida privada o fuera de ellos”, salvo que se trate de personas que ejerzan un cargo público o una profesión de notoriedad y la imagen se capte durante un acto público o en lugares abiertos al público; o cuando la imagen de una persona determinada aparezca como meramente ac-

cesoria en una información gráfica sobre un suceso o acaecimiento público. La utilización de la imagen de una persona para fines publicitarios, comerciales o de naturaleza análoga, también se considerará intromisión ilegítima.

En el campo de la jurisprudencia constitucional la fotografía informativa tiene un tratamiento no siempre unívoco, especialmente cuando en ella aparecen personas físicas. Como principio general debe distinguirse entre la imagen como representación gráfica de la figura humana, visible y reconocible, de la que aquí se trata, de la imagen como opinión o consideración pública que los demás tienen de uno mismo, y que acarrea determinadas connotaciones con el concepto social de honor o privacidad.

Constitucionalmente, el derecho a la propia imagen, consagrado en el art. 18.1 de la CE, se configura como un derecho de la personalidad, derivado de la dignidad humana y dirigido a proteger la dimensión moral de

las personas, que atribuye a su titular un derecho a determinar la información gráfica generada por sus rasgos físicos personales que pueden ser objeto de difusión. Como nos dice la STC 81/2001, de 26 de marzo, la facultad otorgada por este derecho, en tanto que derecho fundamental, consiste en esencia en impedir la obtención, reproducción o publicación de la propia imagen por parte de un tercero no autorizado, sea cual sea la finalidad –informativa, comercial, científica, cultural, etc.– perseguida por quien la capta o difunde. En la Constitución española ese derecho se constituye como un derecho autónomo, aunque ciertamente, en su condición de derecho de la personalidad, derivado de la dignidad y dirigido a proteger el patrimonio moral de las personas, guarda una muy estrecha relación con el derecho al honor, y sobre todo con el derecho a la intimidad. No cabe desconocer que mediante la captación y publicación de la imagen puede vulnerarse tanto su derecho al honor como su derecho a la intimidad. Sin embargo, lo específico del derecho a la propia imagen es la protección frente a las reproducciones de la misma que, afectando a la esfera personal de su titular, no lesionan su buen nombre ni dan a conocer su vida íntima. El derecho a la propia imagen pretende salvaguardar un ámbito propio y reservado, aunque no íntimo, frente a la acción y conocimiento de los demás; un ám-



El derecho constitucional a la propia imagen no debe confundirse con el derecho de toda persona a la explotación económica, comercial o publicitaria de su propia imagen.

bito necesario para poder decidir libremente el desarrollo de la propia personalidad y, en definitiva, un ámbito necesario según las pautas de nuestra cultura para mantener una calidad mínima de vida humana. Este bien jurídico se salvaguarda reconociendo la facultad para evitar la difusión incondicionada de su aspecto físico, ya que constituye el primer elemento configurador de la esfera personal de todo individuo, en cuanto instrumento básico de identificación y proyección exterior y factor imprescindible para su propio reconocimiento como sujeto individual (STC 231/1988, de 2 de diciembre). Conec-

tado con la intimidad hay que recordar que éste tiene por objeto garantizar al individuo un ámbito reservado de su vida, vinculado con el respeto a su dignidad como persona, frente a la acción y el conocimiento de los demás, sean éstos poderes públicos o simples particulares. De suerte que el derecho a la intimidad atribuye a su titular el poder resguardar ese ámbito reservado frente a la divulgación del mismo por terceros y una publicidad no querida. El derecho no garantiza una intimidad determinada sino el derecho a poseerla, disponiendo a este fin de un poder jurídico sobre la publicidad de la información relativa al círculo reservado de su persona y familia, con independencia del contenido de aquello que se desea mantener al abrigo del conocimiento público. Lo que el art. 18.1. de la CE garantiza es, pues, el secreto sobre nuestra propia esfera de vida personal y, por tanto, veda que sean los terceros, particulares o poderes públicos, quienes decidan cuáles son los contornos de nuestra vida privada.

Por supuesto, al igual que sucede con el ejercicio de los demás derechos, el ejercicio del derecho a la propia imagen no es absoluto. Como todos, encuentra límites en otros derechos y bienes constitucionales y en este caso, muy particularmente, en el derecho a la comunicación de información y en las libertades de expresión y de creación artística. No obs-

tante, conviene destacar que el derecho constitucional a la propia imagen no debe confundirse con el derecho de toda persona a la explotación económica, comercial o publicitaria de su propia imagen. Es cierto que la Ley Orgánica de 5 de mayo de 1982 reconoce a todas las personas un conjunto de derechos relativos a la explotación comercial de su imagen. Sin embargo, esa dimensión legal del derecho no puede confundirse con la constitucional, ceñida a la protección de la esfera moral y relacionada con la dignidad humana y con la garantía de un ámbito privado, libre de intromisiones ajenas.

La protección de los valores económicos, patrimoniales o comerciales de la imagen afecta a bienes jurídicos distintos de los que son propios de un derecho de la personalidad y por ello, aunque dignos de protección, no forman parte del contenido del derecho fundamental a la propia imagen del art. 18.1 de la CE. Dicho de otra forma (STC 107/1987, de 30 de octubre), a pesar de la creciente patrimonialización de la imagen y de su necesaria protección frente al desarrollo de los medios y procedimientos de captación, divulgación y difusión de la misma, el derecho garantizado por el precepto constitucional, por su carácter 'personalísimo', limita su protección a la imagen como elemento de la esfera personal del sujeto, en cuanto factor imprescindible para su propio reconocimiento como in-

dividuo. Se trata, por tanto, de la dimensión moral y la patrimonial del derecho a la propia imagen y su categorización como bienes jurídicos objetos de protección.

A la hora de marcar los límites de lo que se viene diciendo frente al derecho a recibir información que tenemos todos los ciudadanos, cabe recordar que éste prevalece (art. 20.1.d) si la imagen reproduce un personaje voluntariamente público, o no siéndolo hubo consentimiento, si la noticia es de interés general, y si las fotografías fueron tomadas en un lugar público, o abierto al público. Quizás sea excesivo aceptar lo que la sentencia de la Sala Primera Tribunal Supremo, de 24 de abril de 2000, decía en su FJ Primero, sobre la difusión de imágenes de una persona de proyección pública –actriz de cine y de televisión– respecto de la cual se afirma que “su derecho al honor disminuye, su derecho a la intimidad se diluye y su derecho a la imagen se excluye”.

De los pronunciamientos más importantes dictados hasta ahora por el TC resulta que, en el primero de ellos, *caso Paquirri*, referido a la comercialización de un vídeo sobre la cogida y muerte del torero en la plaza de Pozoblanco, reflejando los momentos en que el torero es introducido en la enfermería y examinado por los médicos, imágenes que reproducen, en forma directa y claramente perceptible, las heridas sufridas, la situación y reacción del herido y la manifesta-

La prevalencia del derecho a informar desaparece, según el Tribunal Constitucional, cuando el reportaje carece de interés público.

ción de su estado anímico, existe intromisión ilegítima, y no por la emisión de las imágenes por TVE dando información del acontecimiento, sino por la mercantilización de las mismas a través de una sociedad anónima (STC 231/1988, de 2 de diciembre).

El segundo de los casos interesantes tratados por el TC se refiere a la autorización, y posterior revocación del uso comercial de la imagen de una persona. Concretamente, a la reclamación formulada por doña A. G. O. contra la editora de la revista *Play Boy España* por la difusión de un reportaje fotográfico que se llevaría a cabo en noviembre de 1986 a pesar



de la oposición de la reclamante que previamente había autorizado al autor su comercialización. Al respecto, dice el TC que el derecho a la propia imagen forma parte de los derechos de la personalidad y como tal garantiza el ámbito de libertad de una persona respecto de sus atributos más característicos, propios e inmediatos como son la imagen física, las voz o el nombre, cualidades definitorias del ser propio y atribuidas como posesión inherente e irreductible a toda persona. Ciertamente que, mediante la autorización del titular, la imagen puede convertirse en un valor autónomo de contenido patrimonial sometido al tráfico negocial y ello inducir a confusión acerca de si los efectos de la revocación se limitan al ámbito de la contratación o derivan del derecho de la personalidad.

Esto es lo que puede determinar que los artistas profesionales del espectáculo (o quienes pretendan llegar a serlo), que ostentan el derecho a su imagen como cualquier otra persona, salvo las limitaciones derivadas de la publicidad de sus actuaciones o su propia notoriedad, consienten con frecuencia la captación o reproducción de su imagen, incluso con afectación a su intimidad, para que pueda ser objeto de explotación comercial, aunque también en tales casos el consentimiento puede ser revocado, porque el derecho de la personalidad prevalece sobre otros que la cesión contractual haya creado. Mas, en

esos supuestos de cesión voluntaria de la imagen o de ciertas imágenes, el régimen de los efectos de la revocación deberá atender a las relaciones jurídicas y derechos creados, incluso a favor de terceros, condicionando o modulando algunas de las consecuencias de su ejercicio (STC 117/1994, de 25 de abril).

Los dos últimos pronunciamientos del TC sobre esta materia se refieren a sendos reportajes difundidos por la revista *Diez Minutos*, el primero de ellos el 9 de agosto de 1990 (STC 139/2001, de 18 de junio) y el 22 de febrero de 1991 el segundo (STC 83/2002, de 22 de abril). El de 1990 se vertebra sobre la publicación de una serie de fotografías de don A. C. y doña M. Ch., hechas en una reserva federal de caza en Kenia, por tanto, en un ámbito abierto al público; y el de 1991, también sobre la publicación de un reportaje fotográfico sobre don A. A. y doña M. H., cuyas imágenes habían sido captadas en una playa pública. En ambos contenciosos la Sala Primera del Tribunal Supremo se había pronunciado en el sentido de la prevalencia del derecho a informar, alegado por la revista, en razón del carácter público de las personas afectadas y a que la imagen se habían captado en lugares públicos. Sin embargo, el TC modifica esta interpretación al considerar la carencia de interés público de los reportajes y el derecho a la propia imagen, otorgando el amparo solicitado. ❖

## La gran mutación en los medios, los periodistas y las empresas



### EL PERIODISMO Y LOS NUEVOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

John V. Pavlik. 350 Páginas.  
Paidós Comunicación. Precio:  
18 euros.

Últimamente proliferan los libros sobre las nuevas tecnologías del periodismo, o sobre la concentración de medios y las nuevas formas de ejercer el periodismo que se derivan de tales circunstancias. Este es uno más, pero sin las desmesuradas pretensiones que adornan a otros. Es claro y está bien estructurado. Su exposición es amena, aunque reincide en algunos episodios respecto a otros libros publicados con anterioridad. Evidentemente, John V. Pavlik, que es profesor de Periodismo en la Uni-


versidad estadounidense de Columbia, es un gran experto en temas de comunicación y en este libro lo demuestra.

Tal como advierte Seymour Topping, administrador del Premio Pulitzer y también profesor de Periodismo en la misma universidad, esta obra es una guía clara y completa para entender los nuevos medios y utilizarlos convenientemente. Pavlik sostiene con convicción que se trata de técnicas que dan la oportunidad de practicar un periodismo mejor, que haga crecer la confianza del público en los medios de comunicación, cosa harto difícil en los actuales tiempos. Expone cómo los periodistas se habrán de adaptar, tanto en la forma de contar las noticias, como en la forma de conseguirlas, en un mundo cada vez más interconectado y no subestima los grandes problemas que comporta manejarse con Internet y determinar y contrastar lo que es fiable.

Para Pavlik el Periodismo está sufriendo una transformación radical;

está surgiendo una nueva forma de periodismo con características muy peculiares como las noticias omnipresentes, el acceso global a la información, la cobertura instantánea, la interactividad, los contenidos multimedia y la extrema personalización del contenido. Se trata, según afirma, de una forma potencialmente mejor de periodismo en tanto que puede recuperar a un público cada vez más receloso y distanciado; aunque, al mismo tiempo proyecta muchas amenazas sobre los valores y estándares más preciados de la profesión y del periodismo: la autenticidad de los contenidos, la comprobación de las fuentes, la fidelidad y la veracidad están todas bajo sospecha en un medio donde cualquiera que tenga un ordenador y un módem puede convertirse en un editor global.

El autor postula que los nuevos medios están transformando el periodismo de cuatro formas. En primer lugar, el carácter del contenido de las noticias está cambiando como consecuencia de las tecnologías de los nuevos medios que están surgiendo. En segundo lugar, en la era digital se reorganiza el modo en que ejercen su trabajo los periodistas. En tercer lugar, la estructura de la redacción y de la industria informativa sufren una gran transformación. Finalmente, los nuevos medios están provocando una redefinición de las relaciones entre las empresas informativas, los periodistas y sus diversos destinatarios, que



Los cambios en el periodismo a causa de las tecnologías no han hecho más que empezar.

comprenden a audiencias, fuentes, competidores, publicitarios y gobiernos. Así, con esta premisas, Pavlik estructura su libro y a estas cuatro partes añade una donde hace una serie de vaticinios.

Efectivamente el trabajo comienza con un estudio de los efectos de los nuevos medios sobre el contenido de las noticias y dice el autor que los avances en los nuevos y diferentes medios están dando lugar al desarrollo de nuevas técnicas narrativas que proponen a la audiencia una cobertura informativa más contextualizada y navegable. En la segunda parte del libro se expone cómo están transformando los nuevos medios el trabajo de los periodistas. Las nuevas herramientas de las que disponen los periodistas proporcionan a éstos técnicas cada vez más eficaces para en-

contrar fuentes diversas y fidedignas; aunque también convierten al plagio en algo cada vez más fácil y tentador.

En la tercera parte se estudian las consecuencias estructurales de los nuevos medios. La redacción tradicional siempre ha estado conformada de modo similar a la estructura militar con una cadena de mando perfectamente jerarquizada y rígida. Ahora, las redacciones digitales tienden cada vez más a la descentralización y la flexibilidad, sobre las originadas al socaire de Internet. Según Pavlik, son el reflejo de una cultura empresarial más experimental y adaptable a las circunstancias.

En la cuarta parte se sostiene que los nuevos medios están transformando las relaciones existentes entre las empresas informativas y los periodistas y sus diversos destinatarios, como las audiencias, los anunciantes y las fuentes. Hasta ahora, dice Pavlik, el proveedor de información prestaba sus servicios a una comunidad bien definida desde el punto de vista geográfico. En la actualidad, los servicios informativos en línea pueden seguir dando servicio a comunidades locales, pero las que desean viabilidad financiera, al final acaban reorganizándose para atender a comunidades de intereses mucho más grandes y diversificadas geográficamente. El libro, verdaderamente interesante y ameno, culmina su exposición con un pronóstico sobre el futuro del periodismo y de los estudios de periodis-

mo en el contexto de las tecnologías que están surgiendo. Dice Pavlik que los cambios no han hecho más que empezar. La que nos espera.

## Magistrales lecciones de periodismo de un polaco



### LOS CÍNICOS NO SIRVEN PARA ESTE OFICIO

Ryszard Kapuscinski. 125 Páginas. Anagrama. Precio: 6 euros.

Un breve compendio de lecciones de periodismo impartidas por el genial Ryszard Kapuscinski, un periodista de la vieja escuela; de los que recorren mundo, pasan miserias y peligros; penurias económicas y cuya vida no vale, en ocasiones, más de cinco céntimos. Todos los libros de Kapuscinski son tratados de periodismo, en *Ébano*, *El Imperio*, *La guerra del fútbol*, *Sha* y en unos cuantos más este periodista polaco hace exhibiciones de su doble oficio de escritor y periodista. El título de este libro, *Los cínicos no sirven para este oficio*, parece más una concesión literaria o un reclamo de incitación a la lectura que una verdad. No creo que haya otro sector profesional que acoja a tantos cínicos triunfadores.

Los textos recogidos en el libro corresponden a intervenciones de Kapuscinski en diversos actos relaciona-

dos con la profesión realizados en Italia. El periodista expone sus criterios y opiniones con la misma claridad y sencillez de la que están dotadas todas sus obras. Se podría decir que este librito es un auténtico manual sobre Periodismo. Kapuscinski dice que es este oficio de periodista algo muy exigente en el que hay aceptar determinados sacrificios, como una atención permanente. No concibe el periodista funcionario o burócrata, el que termina su jornada a media tarde y se dedica a otras cosas. Aboga por una constante profundización en los conocimientos. El Periodismo, para este escritor, exige, como muchas otras profesiones, un estudio constante; no basta con obtener el diploma correspondiente y dedicarse a ejercer.

Kapuscinski divide a los periodistas en dos grandes categorías: la de los siervos de la gleba y la de directores. De estos últimos dice que son los patronos, los que dictan las reglas, los reyes, los que deciden. Para el autor polaco, éstos, los directores, no son periodistas sino ejecutivos. Sus planteamientos son de notoria evidencia, sin duda, pero también ciertamente beatíficos. Quizá sus numerosos viajes, sus crónicas, sus estupendos reportajes y sus no menos estupendos libros han mantenido en exceso ocupado al periodista; tanto que parece desconocer las redacciones y los especímenes que se suelen encontrar en ellas con más frecuencia de la esperada. Todos los escritores de Kapus-

inski están inundados de cierto candor. Es, sin duda, una buena persona. Porque, como él mismo dice, para ser buen periodista hay que ser antes buena persona. Bonita expresión, pero muy alejada de la realidad; aunque también cabría la posibilidad de considerar que hay pocos buenos periodistas, sobre todo si se toma uno al pie de la letra otra de las cualidades fundamentales para el ejercicio del noble oficio. Dice el autor de este libro que la información y la verdad es lo que han de primar en el desempeño de las funciones periodísticas. Y añade que el verdadero periodismo es intencional, es decir, aquel que se fija un objetivo y que intenta provocar algún tipo de cambio.

Cuando Kapuscinski se refiere a las fuentes del periodista, un tema de controvertida actualidad, dice que las hay de tres tipos. La principal de las fuentes son los otros, la gente. La segunda, los documentos, los libros, los artículos sobre el tema en cuestión. La tercera fuente es el mundo que nos rodea, en el que estamos inmersos. Colores, temperaturas, atmósferas, climas, todo eso que llamamos *imponderabilia*, que es difícil de definir, y que sin embargo es una parte esencial de la escritura.

En resumen, un librito apto para los que quieran aprender o deleitarse con las afirmaciones y experiencias del periodista polaco, que son muchas y variadas. De su lectura se aprenderá algo sobre el modo de na-

rrar una guerra; de las motivaciones necesarias para ser un buen periodista; del papel del periodista en las relaciones con el poder, sin renunciar a la información y a la verdad; de la ética que ha de predominar en el oficio del periodista. Un gran periodista Ryszard Kapuscinski, no hay duda; pero quizá excesivamente candoroso.

## Historia reciente de España llevada de la radio al papel



**EL SONIDO DE LA CONSTITUCIÓN**  
Manuel Ventero Velasco.  
574 Páginas. IORTV.

Con la apariencia de un tocho incuestionable, debido a sus casi 600 páginas, el libro constituye un documento de gran interés sobre la reciente historia de España. El libro recoge un considerable número de entrevistas realizadas en una serie de programas radiofónicos de RNE dirigidos por Manuel Ventero Velasco, para conmemorar el 25 aniversario de la Constitución española. Son 40 horas de conversación, ágil, amena y atractiva con 200 personajes de relevancia entre los que se encontraban políticos, empresarios, periodistas, juristas, sindicalistas, eclesiásticos, artistas, etc., que vivieron de forma directa la transición política que culmi-

nó con la aprobación de la Constitución española, aprobada en referendo popular el 6 de diciembre de 1978.

Cada capítulo, de los 39 totales, recoge una o más entrevistas emitidas en su momento por RNE y se incluyen datos biográficos, no muy conocidos a veces, de los entrevistados y se recuperan las voces de personajes históricos de relieve como Francisco Franco, Alejandro Rodríguez de Valcárcel, Torcuato Fernández-Miranda, Laureano López Rodó y otros.

Por las páginas de este documento pasan mensajes de Radio España Independiente-Estación pirenaica, durante el famoso Proceso 1.001; la Operación Ogro y el asesinato de Luis Carrero Blanco; intervenciones de Enrique Tarancón y Pío Cabanillas, sobre el papel de la Iglesia; discursos que, por una razón u otra, fueron calificados de memorables en su momento, tales como el del espíritu del 12 de febrero, de Carlos Arias Navarro, o los de Adolfo Suárez inmerso en la tan aireada Reforma Política, incluyendo el famoso parlamento del puedo prometer y prometo; la renuncia de Juan de Borbón a los derechos dinásticos; las serias y preocupadas intervenciones de Rodolfo Martín Villa en los tiempos que la reforma pasó por ciertos peligros e intentos desestabilizadores; el recuerdo de los supervivientes de los brutales asesinatos de Atocha; declaraciones de Santiago Carrillo, Dolores Ibárruri y Alejo García, anunciando en RNE la legalización

del Partido Comunista de España, un Sábado Santo rojo de 1977; los testimonios de Nicolás Redondo, en el momento en que la Unión General de Trabajadores volvía a la legalidad, y de Marcelino Camacho; el regreso de Josep Tarradellas y de Jesús María Leizaola; la proclamación en Suresnes de Felipe González como secretario general del Partido Socialista; las negociaciones secretas sobre el texto constitucional que mantuvieron Fernando Abril Martorell y Alfonso Guerra; Enrique Fuentes Quintana y su plan de choque y los Pactos de La Moncloa; por supuesto, aparece reflejado aquel lamentable episodio del 23-F en el que el papel de las radios fue fundamental y así se recogen las impresiones del periodista Rafael Luis Díaz, que narró el suceso desde el Congreso, a través de RNE, la voz del general Manuel Gutiérrez Mellado y la intervención de Leopoldo Calvo Sotelo calificando el golpe como el último relámpago que cierra una tormenta antes de que salga el sol y, por si faltara algo, algunos consejos del que fuera presidente de la República, Niceto Alcalá Zamora, sobre el arte de la oratoria parlamentaria.

Tal como manifiesta en la introducción Manuel Ventero, el libro evoca los tiempos de la transición, un período convulso que condujo a los españoles desde un Estado autocrático y un centralismo de casi 200 años, hacia una democracia plena, hacia un Estado de Derecho de base auto-

nómica y hacia un régimen de libertades que devolvió la soberanía al pueblo español.

En resumen, un excelente documento que trasmite sentimientos nostálgicos de una época, quizá la más importante, de los últimos años de la Historia de España. Las entrevistas están bien planteadas y ciertos aportes biográficos sobre los entrevistados hacen más cómoda y atractiva la lectura. No hay que dejarse impresionar por el exceso de páginas ni por la constreñida tipografía. No hay que leerlo de un tirón.

## La saturación mediática que invade nuestras vidas




### ENFERMOS DE INFORMACIÓN

Todd Gitlin. 310 Páginas.

Paidós Controversias. Precio: 16 euros.

Es evidente que los medios de comunicación y todos los demás elementos mediáticos que existen, incluida la publicidad, nos invaden, nos rodean. Pero no sólo es eso. La evidencia probablemente se circunscriba a una presencia permanente. Esto es captado por la mayoría de las conciencias; lo que ya no lo es tanto son las implicaciones, la mediatización podríamos decir, de tal invasión y su vertiginosa velocidad.



Hasta los luditas de nuestro tiempo, dice Todd Gitlin, quieren disponer de un acceso más rápido a Internet.

Todo es *media*, esa horrorosa palabra anglosajona que define un conglomerado de información brutal en cuanto que no respeta códigos ni edades. Vivimos inmersos en un mundo mediático que nos genera una fuerte adicción. Los medios y sus detentadores son conscientes de ello y de forma totalmente intencionada alimentan y retroalimentan este vertiginoso proceso de sumisión al inefable poder que suponen tales medios. Es tal su poder que términos, antaño claros, se han visto adulterados hasta límites insospechados. La democracia, por ejemplo. La deconstrucción mediática ha abocado nuestro sentido conceptual hacia abismos desconocidos. Este libro de Todd Gitlin, un estudio de la comunicación, pretende alertarnos sobre el asunto. Al menos lo intenta porque hasta el propio autor se ve inmerso en esta vorágine mediática, como él mismo reconoce.

Gitlin trata de explicar esta enfermedad de información abordando a lo largo de cuatro capítulos el tema de la supersaturación en primer lugar; luego se detiene en la velocidad del torrente mediático, para continuar, en la tercera parte sobre las estrategias que cada uno idea para contener la avalancha que se cierne sobre todos nosotros. Finalmente, la inevitable referencia a Estados Unidos: indaga cómo los medios norteamericanos han llegado a ese insuperable nivel de exportación y su consiguiente “culturización” avasalladora.

La pregunta del millón es, en este caso, averiguar por qué se produce esta invasión. Parece ser que todo se acoge con satisfacción en aras de la información. Todos queremos estar informados. Lo que no está tan claro es dónde empieza y termina la información y dónde se inicia la manipulación. Dice el autor de este libro que la importancia de los medios se encubre, en parte, con el predominio de la sociedad de la información, una frase que le parece tan contundente como imprecisa. Es evidente que todos ansiamos información; y no sólo eso, también deseamos intervenir en ella, en su proceso. Nadie desea prescindir de la información. Gitlin pone un ejemplo definitorio: hasta los luditas de nuestro tiempo, dice, quieren disponer de un acceso más rápido a Internet, fomentar servidores de listas más extensos, publicar más guías, y difundir más información so-



bre los peligros de la alta tecnología. La sociedad de la información, continúa, resplandece con aura positiva. El mismo término información designa un obsequio específico, constantemente actualizado, que emite destellos de utilidad. La ignorancia no es la felicidad; la información, sí.

Somos nosotros mismo, pues, quienes determinamos la importancia de los medios como canales de información. A través de los medios calmamos nuestras ansiedades y satisfacemos muchas de nuestras necesidades y no sólo las intelectuales. La velocidad del torrente mediático nos genera diversos estímulos de satisfacción inmensa. Y ésta llega no sólo a través de la información, en cuanto tal, sino por medios relacionados con aquella como pueden ser una web de sexo, un anuncio de provocativa lencería fina o un estúpido videojuego que pone de manifiesto nuestra idiotéz ante el vértigo del progreso o demuestra nuestras inutilidad ante ciertas dificultades en apariencia de una absoluta simpleza. Buscamos información permanentemente. Este quizá sea el gran peligro. Para Gitlin hasta la búsqueda de información es, en cierto modo, búsqueda del deleite que produce el hallazgo; es decir, es una búsqueda de sensaciones. Y a este respecto pone un ejemplo clarificador. Incluso en el infausto 11 de septiembre de 2001, —habría que decir también en el 11 de marzo de 2004, que nos resulta más dolorosamente cer-

cano—, y en los días posteriores, la gente encendía el televisor no ya para conocer los hechos, sino para presenciar rituales colectivos de horror, duelo, condolencia, consuelo y muchas otras formas de solidaridad. También cabría añadir el morbo subsiguiente a todo tipo de desgracias humanas.

Todo este torrente mediático se origina en Estados Unidos, naturalmente; desde donde se expande para invadir el resto del mundo porque, como dice Gitlin, la apuesta norteamericana de la unificación global supera el alcance del Imperio Romano, el Británico, la Iglesia católica o el Islam. Una de las principales exportaciones estadounidense lo constituye el entretenimiento; casi nadie está exento de la fuerza de las imágenes y sonidos estadounidenses. Gitlin sostiene que la cultura norteamericana es fruto de una compleja colaboración entre proveedores eficientes, corruptos, y consumidores receptivos, veleidosos.

No están mal los argumentos y exposiciones de Todd Gitlin. Demuestra que la invasión y el torrente mediático existen; nos encontramos ciertamente indefensos ante tal avalancha estadounidense pero en todo caso es preferible ser invadidos mediáticamente que no por las armas como les ha pasado a muchos países; aunque quizá este tipo de invasiones también formen parte de la cultura norteamericana.

## La prensa norteamericana busca recobrar la confianza de los lectores

El diario norteamericano *The New York Times* (NYT) ha decidido crear un comité interno para reinstaurar la confianza de los lectores. El descenso de la credibilidad entre la opinión pública respecto a la prensa en los últimos tiempos ha provocado que la prestigiosa publicación dé un giro a sus contenidos para resultar más transparente y clara con sus lectores. Un estudio reciente del Centro de Investigación Pew señala que el 45% de los norteamericanos cree poco o nada en lo que leen a diario en los periódicos. En el caso de *The New York Times* la cifra era del 14%, pero sólo el 21% creía en la mayoría de los contenidos de la publicación.

Un comité formado por 19 perso-

nas, entre ellos reporteros gráficos, jefes de sección y redactores, ha unificado sus recomendaciones en un documento de 16 páginas. Entre las conclusiones destaca la necesidad de limitar al mínimo las fuentes anónimas para evitar casos como el de Jayson Blair, quien se inventó historias durante años, o cuando el propio periódico reconoció que habían publicado informaciones falsas sobre las “armas de destrucción masiva” del Gobierno de Sadam Husein.

El documento sugiere también informar más sobre el comportamiento interno del periódico y explicar con claridad el por qué de algunas decisiones, así como seguir de cerca los errores cometidos, responder con más firmeza a las críticas dirigidas al diario y distinguir con absoluta claridad la información y la opinión.

El comité sugiere, asimismo, aumentar sus informaciones sobre la religión en Estados Unidos y cubrir las noticias del país de forma más completa, incluyendo más información

sobre las zonas rurales, la cultura y los estilos de vida. Entre las propuestas para ser más transparentes, el comité recomienda colgar en su web las transcripciones de las cintas grabadas para las entrevistas y otros documentos que utilicen los reporteros para elaborar sus noticias. También recomienda facilitar el contacto entre los lectores y los periodistas. El informe asegura que contactar con el responsable de una información le resulta a los lectores más difícil en el *New York Times* que en ningún otro periódico.

En una entrevista publicada en *The Boston Globe*, el director ejecutivo del NYT, Bill Keller, destacó que en las pasadas elecciones presidenciales, los *blogueros* dieron un varapalo a la credibilidad de los medios de comunicación al destacar la aparente falta de investigación rigurosa en la cobertura de sus informaciones, acusaciones que muchos de los periódicos dudaron en responder. “Creo que en ocasiones ignoramos las críticas o reaccionamos demasiado despacio, de manera que rebotan por todo el mundo sin ninguna dirección”. “Todas esas recomendaciones suenan muy nobles pero NYT necesitará tiempo para adaptarse al nuevo entorno de los medios en la actualidad”, afirma Keller. En este sentido, el informe refleja que no es suficiente con argumentar ante cualquier ataque hacia la credibilidad de NYT que “nuestro trabajo habla por sí solo”. En su opi-

nión, “tales respuestas dañan nuestra credibilidad”. Como consecuencia, el comité recomienda que la redacción desarrolle una estrategia para evaluar los ataques públicos al NYT y determinar si hay que responder o no a los mismos. “Necesitamos ser más contundentes a la hora de explicarnos”, sugiere el texto.

Pero los cambios no sólo se están introduciendo en el periódico impreso, sino también a la gratuidad de los medios de Internet. La página web de *The New York Times* se ha sumado a los que reclaman que Internet no debe ser gratis. Ha decidido introducir una cuota de suscripción de 50 dólares para acceder a los editoriales y a los artículos de opinión. Además, dará la posibilidad de acceder al archivo histórico del diario y a algunos artículos del NYT Magazine. Los suscriptores podrán tener acceso al mismo tiempo al *International Herald Tribune*. Este modelo lo han probado anteriormente y con gran éxito diarios como *The Wall Street Journal*, pionero en la estrategia de contenidos de pago.

Fuente: *The New York Times*, *The Boston Globe*, Dot Journalism.

## Las fuentes anónimas, en entredicho

El debate sobre el periodismo y la ética vuelve a estar de moda en Estados Unidos. La razón ha sido el reconoci-

miento por parte de *Newsweek* de que la información en la que aseguraba que los militares de Guantánamo habían arrojado una edición del Corán por el retrete estaba basada en una sola fuente. Los informadores de Washington, que habitualmente tienen que utilizar este mismo sistema, se han quejado con insistencia, pero sin ser atendidos, sobre este método que la Casa Blanca utiliza habitualmente en sus encuentros con la prensa.

Michael Isikoff y John Barry fueron quienes firmaron la información de *Newsweek* sobre Guantánamo. El asunto provocó las iras del mundo islámico y al menos 17 personas murieron por los desórdenes causados tras la difusión de la noticia. Michael Isikoff, entonces reportero de *The New York Times*, fue quien descubrió la relación entre Bill Clinton y Monica Lewinsky en enero de 1998. Su información provocó que se abriera el proceso de *impeachment* contra el entonces presidente de EEUU. Recibió en 1999 el prestigioso National Magazine Award por la cobertura informativa de este escándalo. En *Newsweek*, donde ejerce como reportero de investigación, ha escrito sobre la lucha contra el terrorismo desde antes de los atentados del 11-S, ha recibido numerosos premios y en 2001 apareció en una lista de “los periodistas más influyentes” de Washington. Ni *Newsweek* ni el Pentágono previeron que una referencia a la humillación del Corán iba a crear el tipo de reacciones que

causó. El Pentágono vio la información antes de que se publicara y no puso ningún impedimento. “La ira que provocó les pilló tan fuera de juego como a nosotros que, obviamente, lamentamos no haber entendido las consecuencias potenciales de algo así”, subrayaron desde el Pentágono.

Para *Los Angeles Times* la tensión se ha elevado en las últimas semanas entre los reporteros que piden poner fin a los encuentros anónimos por parte del Gobierno y que la fuente pueda ser citada por los medios de comunicación. Desde entonces la Casa Blanca parece que comienza a escurrir a los periodistas. Una serie de directivos de los principales medios de comunicación estadounidenses se reunieron el pasado 29 de abril con el secretario de prensa de la Casa Blanca, Scott McClellan, para reclamar que sus periodistas puedan mencionar la fuente cuando tengan encuentros con el Gobierno.

El uso de fuentes anónimas ha contribuido a la falta de credibilidad de los norteamericanos en los periódicos, como se refleja en las encuestas. Ya muchos medios de comunicación han restringido el uso de las fuentes anónimas y ahora requieren una mejor identificación de esta fuente anónima, de tal forma que se utilice sólo cuando es estrictamente necesario. La práctica de estos encuentros en la Casa Blanca existe desde el inicio de la vida política en Washington. Normalmente estas reuniones se produ-

cen para informar y ofrecer a los periodistas una perspectiva sobre acontecimientos o actos previstos para los días siguientes. El problema es que se puede incluso entrecomillar la información pero nunca citar la fuente. Las reclamaciones de los periodistas para poner fin a estas prácticas pueden acabar con las fuentes anónimas en la Casa Blanca.

Fuente: *El Mundo*, *The New York Times*, *Los Angeles Times*.

## AP cobrará a los medios de comunicación por sus contenidos 'online'

Associated Press (AP), la agencia de prensa norteamericana, comenzará a cobrar a los periódicos, radios y televisiones los contenidos, fotos o cualquier información que estos medios publiquen en sus páginas web. Esta nueva política se hará efectiva a partir del próximo 1 de enero. Trata de obtener financiación a través de creciente mercado *online* para anticiparse a los avances tecnológicos que facilitarán acceder a las noticias. “Debemos ser capaces de preservar el valor y fortalecer los derechos de nuestra propiedad intelectual a través del espectro de los medios de comunicación durante la transición digital”, aseguró el presidente y consejero delegado de AP, Tom Curley.

Desde 1995, la mayoría de los 15.000 clientes de AP que compraban contenidos para publicar en sus medios tradicionales tenían permiso para publicarlos en sus páginas web sin ningún coste adicional. En aquel momento eran pocos los que utilizaban este material ya que no existían muchos medios *online*.

Temporalmente, AP espera compensar el cobro de esta nueva tasa para sus productos *online* reduciendo la subida del coste en contratos anuales a los clientes. Tales tarifas, conocidas en AP como ‘ingresos imponderables’, han subido una media del 2,75% anual en la última década. La fórmula de cobro de los contenidos *online* aún está por decidir, lo que hace difícil predecir cómo repercutirá en los clientes individualmente. En la actualidad las tarifas de AP se calculan en función de la circulación de los periódicos y de las audiencias televisivas, teniendo en cuenta que cuánto más elevada es, más se paga. Un comité asesor digital estudiará cómo facilitar la transición; sus miembros se reunirán a partir del otoño.

Hasta ahora AP está realizando un negocio importante en Internet –unas 300 páginas web, incluidas Yahoo!, AOL y MSN, compran contenidos a AP, asegura Jane Seagrave, directora de nuevos mercados de información.

Según afirman algunos expertos en *Online Journalism Review*, con esta decisión, AP está cavando su propia

tumba. En el momento en que los proveedores de noticias e información saltan de una plataforma de información a otra, la Red se convierte en su principal centro de operaciones. Desde los *blogs* hasta el periodismo de fuente abierta o los periódicos gratuitos, una nueva ola de información gratuita esta barriendo a la información de pago. A medida que los contenidos pierden valor, los editores profesionales y los consumidores de paquetes de información están empezando a ser instrumentos para aumentar la audiencia. Y ésta –no el contenido– es la nueva propuesta que valora la industria.

AP está tomando nota de forma tardía de la caída de lectura entre los jóvenes y está tanteando un prototipo de publicación llamado *APtitude*. Se trata de una historia dominante con un formato largo, acompañado de una foto o dos. Pero la gente joven, como dijo recientemente el empresario Robert Murdoch, son nativos digitales, no inmigrantes digitales. Su primera lengua es la digital. Cuando utilizan su segunda lengua, la impre- sa, su primera respuesta es imprimir los formatos muy visuales y que estén contruidos con textos cortos e historias con pocas narraciones, según un estudio realizado por el Readership Institute.

El negocio del siglo XXI necesita una Red de igual a igual que permita operaciones locales sin coste a través de sus paquetes de noticias globa-

les, recursos entretenidos en las webs locales de creación de contenidos y operar al mismo de nivel de juego que los *blogueros*, periodistas e internautas puros. En opinión de algunos expertos, esta nueva aventura le puede costar a AP los clientes incipientes de la Red.

Fuente: Associated Press, *Online Journalism Review*.

## Cómo cambiar un periódico en la era de Internet

El diario californiano *San Jose Mercury News* ha tomado una decisión sin precedentes. Ha eliminado dos cuadernillos tradicionales del diario, los de noticias nacionales e internacionales nacional e internacional, que ha agrupado en uno sólo, el inicial o cuadernillo A.

La razón es que en el *Mercury News* consideran que, gracias a la televisión y a Internet, la mayoría de sus lectores ya conocen las noticias que aparecen en la edición impresa del periódico, y de ahí que se hayan lanzado a potenciar las informaciones locales, habitualmente más difíciles de conseguir por la competencia.

Tras conocer algunas opiniones negativas de los lectores sobre este cambio a través de su página web, la directora ejecutiva, Susan Goldberg,

decidió dar algunas explicaciones a los internautas y mostrar su visión del mundo periodístico. En su opinión, la mayoría de los lectores saben ya lo que está pasando en el mundo cuando recibe el periódico todas las mañanas. Por ello se pregunta ¿quién va a querer una suscripción por una información que ya conoce?

Respecto al aumento de información local, la directora del *Mercury News* asegura que los periódicos regionales han de “contemplar lo que ocurre fuera de nuestra área de forma diferente” y defiende que el nuevo estilo de periodismo debe ser “más local”.

Los críticos de este cambio cuestionan la relevancia de la información local sobre la nacional o internacional, mientras Goldberg insiste en que siempre habrá lectores a los que les interese más la información local, y que es a ellos a los que seguirá dirigiéndose el diario.

La preeminencia de las agencias de noticias aumenta cada día, debido a que las empresas periodísticas no pueden permitirse tener un corresponsal en el extranjero en todas las plazas importantes. Es el argumento que maneja la directora del *Mercury News* para asegurar que las agencias tendrán cada vez más relevancia. Como ejemplo destacó la decisión de Associated Press de cobrar una tasa a los periódicos para utilizar sus contenidos *online* desde enero. En su opinión esta decisión supone que los directivos de

la agencia están buscando conseguir más entradas en su página web y convertirse en una organización que genera noticias de forma autónoma. Por todas estas razones, Susana Goldberg está convencida de que *San Jose Mercury News* ha tomado la mejor decisión.

Fuentes: *Columbia Journalism Review*, *San Jose Mercury News*

## La guerra contra el terrorismo pone en peligro la libertad de prensa

Un informe sobre el impacto de la guerra contra el terrorismo en las libertades civiles ha desatado la alarma entre el mundo periodístico. La Federación Internacional de Periodistas, la mayor asociación de profesionales de la información del mundo, ha elegido el Día de la Libertad de Prensa para hacer pública su valoración de 52 páginas de cómo, en nombre de la seguridad, están siendo sacrificadas por los estados democráticos las libertades civiles y la libertad de expresión.

El documento considera “desproporcionada” la respuesta de los gobiernos a la amenaza terrorista. “La guerra contra el terrorismo viene a ser lo mismo que una devastación de la cultura global de los derechos hu-

manos y de las libertades civiles que se estableció hace 60 años”, subraya. El informe, elaborado conjuntamente con el grupo de libertades civiles Statewatch, dice que los medios de comunicación y el periodismo independiente están sufriendo una “atmósfera dominante de paranoia” que está produciendo unos peligrosos niveles de “auto-censura”.

Los firmantes del texto se lamentan de que los disidentes, dentro y fuera de los medios, están siendo restringidos y que los derechos fundamentales de un juicio justo se están violando de forma habitual. Además, advierten de que los gobiernos están creando bases de datos masivas encubiertas para vigilar a sus ciudadanos y que las nuevas normas internacionales se están negociando a través de un proceso secreto de “lavado político”. El informe concluye que la mitad de los estándares mínimos recogidos por la Declaración de Derechos Humanos Universal se están socavando por la guerra al terrorismo.

El secretario general de la Federación Internacional de Periodistas, Aidan White, afirmó durante la presentación del documento que el “Día de la Libertad de Prensa es el momento perfecto para demandar la vuelta a la transparencia, la apertura de los gobiernos y la libertad de expresión para todos”. “La mayoría coincide en que hay que tomar medidas para garantizar la seguridad frente a ataques terroristas. Sin embargo, muchas de

ellas no han tenido resultado alguno para combatir el terrorismo”, señaló el director de Statewatch, Tony Bunyan.

Fuente: Federación Europea de Periodistas

## Internet puede potenciar los lectores de revistas

Las revistas deberían reinventarse a sí mismas. Así lo ha demostrado Newsweek.com, la página de Internet de su hermana impresa, que ha incluido en sus contenidos desde información diaria a *videoblogs* de sus corresponsales en el Vaticano o una selección de programas de su radio *online*.

Esta transformación de la mayor revista de Estados Unidos ha generado una caída en las ventas de su edición impresa, parecida a la que han experimentado los periódicos. De acuerdo con los datos del informe *State of the News Media 2005*, los tres primeros semanarios estadounidenses —*Time*, *Newsweek* y *US News*— han perdido un millón de lectores en los últimos 16 años.

A pesar de ello el negocio de las revistas subsiste, en especial para las publicaciones especializada y las de entretenimiento. De hecho, las revistas pioneras eran líderes en este nicho de contenidos antes de que la TV por cable e Internet les usurparan su lugar con vídeos interactivos. John Battelle, fundador de *Industry Standard*



*Magazine*, asegura en su *blog* personal que las grabaciones personales de vídeos personales están acelerando esta tendencia. Mientras que, desde que nació Internet, cada vez son más los que aseguran que “la impresión está muerta”, pocos son los que vaticinan el fin de las revistas impresas a corto plazo.

El aluvión de revistas nacidas exclusivamente en la red ha disminuido considerablemente, asegura Battelle. Entre ellas, *Slalon* y *Slate*, que sobreviven pero que ya no son la vanguardia del futuro. En vez de eso, añade John Battelle, la innovación periodística de las revistas *online* procede, en cambio, de los productos de vanguardia, en forma de audio *podcast*, de los *videoblogs* y en la plétora de concienzudos ensayos de *weblogs* que se mantienen gracias a los esfuerzos de académicos y profesionales. Este ‘poder de muchos’ se originaría gracias a que artículos en profundidad de revistas que requieren meses en redactarse podrán hacerse algún día por una comunidad *online* que esté interesada en la materia y con un reportero o editor impulsándole para conseguirlo.

Para determinar la situación actual de las revistas en la era digital –y cómo estarán en el futuro– *Online Journalism Review* propició un encuentro con diversos académicos y profesionales. Las conclusiones de éstos destacaron la especial relación de las revistas con una audiencia caracteri-

zada por su lealtad, afinidad de intereses e ideológica, y por la habilidad de éstas a la hora de aportar una información muy definida para un público objetivo específico. Por esta razón, los expertos convocados por *Online Journalism Review* consideran difícil la desaparición de las revistas.

Sin embargo, la mayoría coincidió en que sin un apoyo en la Red no conseguirán construir la relación más básica: una respuesta inmediata con el lector y la capacidad de intercomunicación entre los lectores. Los expertos también consideran fundamental la incorporación en las revistas *online* de *blogueros* con cierta credibilidad y la mejora de las plataformas tecnológicas dirigidas a teléfonos móviles, *ipod* o PDA. El reto es encontrar el punto exacto de su audiencia con el contenido apropiado para la plataforma y la marca adecuada. Consideran también fundamental la relación entre lectores para compartir opiniones.

Fuente: *Online Journalism Review*.

## 11 niveles de ‘periodismo ciudadano’

Francis Pisani se hace eco en su *blog* del diario *Le Monde* de una especie de tipología sobre el periodismo ciudadano formulada por Steve Outing, coordinador de E-Media Tibdits, el soberbio *blog* colectivo del Poynter Institute (Florida, Estados Unidos).

En lugar de tratarlo de forma abstracta, Outing lo ha concebido como las etapas que los medios tradicionales pueden seguir si se deciden a dar más participación a sus lectores.

El *bloguero* de *Le Monde* dice que se contenta con citar de forma libre las 11 etapas descritas por Outing, columnista también de *Editor and Publisher Online*, e invita a los interesados a leer el artículo en su integridad porque encontrarán en él, dice Pisani, toda una serie de ejemplos que muestran la diversidad de lo que ya se está haciendo en este sentido.

Estas son las 11 etapas explicadas por la vía de ejemplos para cada una de las categorías:

1. Primer paso: permitir al público añadir comentarios a los artículos.

2. Segundo: permitir a los ciudadanos añadir sus informaciones a los artículos de periodistas profesionales.

3. Seamos serios: el periodismo como ‘fuente abierta’ implica una colaboración entre el reportero profesional y sus lectores (al menos algunos) sobre este o aquel artículo.

4. La ‘casa de los blogs’... como hace *Le Monde*.

5. Los *blogs* de ‘transparencia’: lectores que tienen acceso al material necesario aportan libremente su opinión sobre lo que se dice en el periódico de forma acertada o desacertada.

6. El espacio de periodismo ciudadano ‘versión controlada’ (*edited* en inglés): el público dice lo que le ape-

tece mientras un responsable se limita a limar las ‘asperezas’ de los contenidos.

7. El espacio periodismo ciudadano ‘versión libre’: todo lo que el público quiere publicar se incorpora sin corrección.

8. Añadir una edición impresa, una vez por semana por ejemplo, con las mejores contribuciones del público.

9. El híbrido: periodismo profesional más periodismo ciudadano. El ejemplo más conocido es la web coreana OhMyNews.

10. Integrar periodismo ciudadano y periodismo profesional en un mismo espacio. Todas las secciones se hacen con dos tipos de contribuciones y cada una queda identificada claramente para que el usuario pueda identificar su aportación.

11. El wiki-periodismo (como en WikiNews o en Wikipedia): es la etapa suprema; los editores son los propios lectores.

*Le Monde*, a pie de página de su *blog*, añade a esta lista una aportación en E-Media Tibdits publicada ese mismo día por Outing, quien formula ya una reserva sobre el término “periodismo ciudadano/media”. Prefiere el de periodismo ciudadano propuesto por J. D. Lassica pero sobre todo invita a todos a proponer un salto de creatividad personal.

Carlo Revelli aprovecha el artículo de *Le Monde* para recordar en el mismo *blog* que una de las primeras ini-

ciativas de periodismo ciudadano en Europa, denominada AgoraVox ([www.agoravox.fr](http://www.agoravox.fr)) que califica de plataforma multimedia puesta a disposición de quien quiera publicar informaciones inéditas. Para Revelli no importa la profesión original del que desea difundir información sino la calidad y pertinencia del material emitido.

Mientras que en Francia se centran en debatir los niveles de desarrollo del *blog* y su relación con el periodismo profesional, en Estados Unidos la polémica tiende a centrarse en torno a la regulación a la que deben someterse los *blogs*. *Online Journalism Review* recoge un artículo bajo el título 'La blogosfera o el futuro de los *blogs*', en el que se alude a las diversas iniciativas para regular esta actividad. Y que van desde la normativa a aplicar a quienes difunden la información a las normas laborales para los *blogueeros*. La publicación de información sensible que afecta a personas, el sistema de ingresos de quienes trabajan en estos medios y la regulación de los anunciantes son los tres aspectos más debatidos en la actualidad.

También se proponen cursos de formación para quienes quieran dedicar parte de su vida activa a este sector. Recuerda el artículo de *Online Journalism Review* cómo Lindsay Howerton, del *Washington Post*, propone impartir clases a quienes pretendan ejercer el periodismo ciudadano a través de conferencias, clases, seminarios *online*, de forma que las organizaciones

implicadas sean capaces de formar a sus lectores para ser reporteros.

Fuentes: *Le Monde*, CnetNews, *Online Journalism Review*, Poynter Institut.

## La flexibilización de los derechos de autor

La BBC ha dado a conocer recientemente un proyecto por el que se permitirá al público acceder a documentales de la televisión, películas de cine y a cortes de sonido de uno de los mayores archivos visuales del Reino Unido.

Pero el público no debe esperar a hacerse con un batiburrillo de escenas de *Monty Python* mezclada con fragmentos de *Los Simpsons*. En este momento los que quieran crear nuevas producciones desde el llamado Archivo Creativo tendrán que contentarse con trabajos un poco más anodinos. Pese a ello, el esfuerzo es visto por parte de los defensores de los derechos de autor como un gran avance para compartir y crear a partir del trabajo de otros.

La directora del proyecto para el Archivo Creativo de la BBC, Paula Le Dieu, asegura que "representa un paso importante en la forma en la que la corporación británica se relaciona con sus audiencias". Hasta ahora la audiencia de la cadena de televisión y radio era pasiva. Sin embargo "este proyecto permitirá a la BBC conectar

se con la audiencia como parte del proceso creativo”, afirma Le Dieu.

Originalmente estaba previsto que el Archivo Creativo se lanzara el pasado otoño, compartiendo el archivo de Creative Commons, una organización sin ánimo de lucro norteamericana que desarrolla y promueve la flexibilización de la entrega de licencia sobre los derechos de autor en el mundo. La licencia permite el uso libre de materiales siempre que se cite al autor original del material, no se utilicen para objetivos comerciales, con fines políticos o despectivos y pongan en igualdad de condiciones de uso lo producido con ese material.

El Instituto de Cine Británico, Canal 4 y la Open University, así como otras instituciones del sector, han firmado un acuerdo para usar el archivo. Este grupo de instituciones está aportando una serie de material muy útil del archivo, películas en blanco y negro y sin sonido de hace unos 100 años. La explicación es que en el Reino Unido los derechos de autor duran 70 años desde la primera emisión o proyección en público.

“Tenemos la obligación de hacer accesible al público el material para demostrar que eso es posible dentro de los términos de la ley de derechos de autor”, asegura Richard Paterson, responsable de cine del Instituto, que cuenta con 200.000 películas y 400.000 programas de televisión. “La BBC aún no ha entregado licencias cediendo sus contenidos porque pre-

fiere estar segura de que los propietarios de los derechos quieren acompañarles en esta aventura”, afirma Le Dieu.

El tema de los derechos es muy complicado para la BBC ya que necesita muchos abogados para conseguir el permiso de actores y escritores o los derechos de la música, pero la cadena británica quiere demostrar que el material de archivo puede suponer un aporte económico para el país si se utiliza para ser mezclado con materiales nuevos.

Lawrence Lessig, profesor en la Universidad de Stanford y padre de Creative Commons, ha expresado su deseo de que cunda el ejemplo de la BBC e influya en EEUU para que se hagan más progresistas en este sentido con el fin de modificar los derechos de autor.

Fuente: *Wired News*.

## Los buscadores 'online' ofrecerán artículos de pago

Los editores de periódicos se están uniendo a los buscadores *online* para ofrecer artículos especializados a bajo coste. Cuando los usuarios querían bajarse una sola canción de un CD, la industria de la música puso el grito en el cielo. Ahora que Netizens busca lo mismo para sus publicaciones

los editores *online* están súper satisfechos.

El pasado 16 de junio se dio un gran paso para lograr este objetivo. Yahoo! llegó a un acuerdo con un pequeño grupo de editores con el fin de obtener permiso para ir más allá de las áreas de búsqueda gratuitas de sus sitios web y poder ofrecer a los usuarios contenidos de las zonas de pago de tales ediciones. De este modo no será necesario ser suscriptor para conseguir, previo pago de una pequeña cantidad, un artículo de un prestigioso diario o de una revista, o el informe de una consultora en principio inaccesible al público. Su rival, Google, ya ha realizado algunos escarceos en este sentido, pero Yahoo! ha logrado firmar un acuerdo con un importante número de socios que van desde The Wall Street Journal Online, LexisNexis, Consumer Reports, hasta Forrester Research.

Si ambos buscadores logran vencer a los editores de las publicaciones *online* para que les abran sus páginas de pago, podrían dar un paso importante para obtener contenidos cerrados al público.

Según datos de la revista Business Week Online, hoy en día, el 67% de los usuarios de Internet pasan por Google, Yahoo o MSN en busca de información antes de encaminarse hacia otros destinos. Hasta ahora estos buscadores ofrecían solo páginas libres de la Red. Si estos buscadores logran recibir opciones que antes resultaban

imposibles de obtener, conseguirían que un mayor número de usuarios naveguen por Internet, pero todavía queda un largo camino por recorrer. Los socios de Yahoo! son limitados. Los buscadores requieren que la suscripción a las páginas se pueda buscar a través de las webs en abierto. Y todavía hay que pagar por el contenido global, aunque algunos de ellos ofrecen ya artículos e informes a la carta por algo así como un euro y medio. Pese a estos impedimentos, los analistas están esperanzados con las posibilidades de esta modalidad y ya barajan que estos productos puedan obtenerse por unos 80 céntimos de euro, como la música a través del servicio iTunes. Consideran también que el futuro está en los 'micropagos'. La idea es tener un sistema de pago automático en el producto de manera que los navegantes puedan acceder directamente a las páginas de pago con un registro que automáticamente cargue el importe a finales de mes.

Fuente: *Business Week Online*, Associated Press.

## La Al Yazira sudamericana

Con el fin de contrarrestar el poder hegemónico de la CNN y la prensa local antichavista, el Gobierno venezolano va a lanzar un canal de televisión que ya ha sido comparado con

la cadena independiente árabe Al Yazeera. Con un elevado contenido informativo y un componente puramente empresarial, el canal iniciará sus retransmisiones el día 24 de julio como un elemento más de las naciones latinoamericanas lideradas por la izquierda. El nuevo juguete de Hugo Chávez se llamará Telesur y tendrá cobertura en todo el continente.

La Televisión de Sur o Telesur nace con el objetivo de competir con la CNN, Univisión y otras cadenas que lideran los países sudamericanos como adláteres de la hegemonía norteamericana. Bajo el lema “Nuestro norte es el sur”, Latinoamérica tendrá pronto su propio canal de noticias por televisión vía satélite. Telesur saldrá al aire como “el primer proyecto contra-hegemónico de comunicación que conozca Sudamérica en materia de televisión”, anunció el periodista uruguayo Aram Aharoniam, director general de la compañía diseñada como una multinacional venezolano-argentina.

La cadena comenzará sus emisiones con 20 empleados pero espera llegar a tener 60. El Gobierno de Chávez ha desembolsado 2.500 millones de dólares para lanzar el proyecto, lo que permitirá al canal operar como una filial de la televisión estatal venezolana. También está participada por el Gobierno argentino y cuenta con la participación no accionarial de instituciones brasileñas y del Gobierno de Uruguay.

Las transmisiones de 24 horas comenzarán con tres bloques de ocho horas y una programación básica de noticias y documentales alimentada por corresponsales en Estados Unidos, México, Bogotá, Caracas, La Habana, Lima, Buenos Aires y dos en Brasil. “Queremos tener una red de colaboradores en el área periodística y queremos contratos con medios independientes, que se han destacado por su línea editorial, que sean en base a operaciones del canal en sus respectivos países”, afirman sus directivos.

Destacarán los informativos y los programas de opinión y entrevistas, todo con un sabor latino. También absorberá la producción audiovisual de los realizadores de todo el continente interesados en participar.

Su estilo será informal. Adiós a las chaquetas y corbatas. El fichaje de los informativos es una mujer indígena colombiana que presentará vestida con un traje regional.

Para Chávez, Telesur es algo más que un canal, dicen los medios venezolanos. Será el primer *lobby* del hemisferio sur que contrarreste el poder de Estados Unidos. En febrero el presidente de Argentina, Néstor Kirchner, comprometió a su país entre otras cosas a comprar el 20% de la compañía, aportando además 100 horas de programación y el uso de sus satélites. Uruguay, que cuenta también con un líder socialista, Tabaré Vázquez, se va comprometer con un 10% del capital. Según el Gobierno de

Venezuela, Brasil y Cuba están de acuerdo en compartir programación y su formación tecnológica.

Este canal va a hacer lo contrario de lo que hace la televisión comercial. “Va a buscar el protagonismo de los movimientos sociales, de la gente, de las comunidades, los pueblos”, asegura Aram Aharoniam. Sin embargo, muchos están preocupados porque el proyecto se convierta en una máquina de propaganda chavista, dado que el propio Hugo Chávez ya cuenta con un programa en la televisión estatal venezolana, *Aló Presidente*.

Otro aspecto que preocupa, especialmente a Nikolas Kozloff, autor de un informe sobre el futuro de la cadena publicado por el *think tank* The Council on Hemispheric Affairs, son

las alianzas que Telesur ha establecido con representantes de Radiobras, Televisión América Latina, Instituto Cubano de Radio y Televisión y Al Yazira. Desde el momento que comience la programación, la televisión árabe fundada por los ricos hombres del petróleo en Qatar, comenzará a emitir según este acuerdo. Un portavoz de Al Yazira informó a AlterNet.com que no podía confirmar que ambas cadenas hubieran firmado tal acuerdo, pero sí dijo que era posible que hubieran llegado a un acuerdo de cooperación logística. *El Ojo Digital*, publicación venezolana, asegura que la cadena Al Yazira estará ubicada físicamente en las instalaciones de Telesur.

Fuente: AlterNet.com, *El Ojo Digital*, The Council on Hemispheric Affairs.

