

En las páginas que siguen, se reproducen los discursos que sirvieron de **PRESENTACIÓN DEL 'LIBRO NEGRO DEL PERIODISMO EN ESPAÑA'**, de Bernardo Díaz Nosty, pronunciados en un acto que se celebró el pasado 29 de septiembre en la sede de la Asociación de la Prensa de Madrid. Coeditada por esta asociación y la Cátedra Unesco de Comunicación de la Universidad de Málaga, la obra “busca ordenar argumentos para el rescate del periodismo en España”, según asegura su autor en el libro.

Bernardo
Díaz Nosty
es autor del

*Libro negro del
periodismo
en España*,
catedrático de
Periodismo y
director de la
Cátedra Unesco
de Comuni-
cación de la
Universidad de
Málaga.

BERNARDO DÍAZ NOSTY

EL PERIODISMO MENGUANTE: MÁS ALLÁ DE LA CRISIS ECONÓMICA

El periodismo, que constituye uno de los principales nutrientes de la opinión pública y está relacionado con la salud democrática, vive en nuestro país un momento especialmente delicado. Muchas de las ideas que se exponen en el *Libro negro del periodismo en España* se han visto confirmadas en fechas pasadas, con una campaña política en la que la propaganda ha sustituido a la información y al debate. Donde el espectáculo, en los momentos más dramáticos de la crisis, construye una realidad ajena a la que se siente en la piel más sensible de la ciudadanía.

La recesión económica no ha sido la causa primera de la crisis del periodismo, sino que ha venido a agravar la situación que, con anterioridad, existía en el negocio de los medios. La crisis es previa y está relacionada con la gobernanza del sistema en un nuevo escenario tecnológico y cultural. Además, desde hace tiempo se advierte, de modo especial entre las nuevas generaciones, insatisfacción con las soluciones informativas que ofrece la

industria. Los jóvenes están mejor y más extensamente formados, y sus planteamientos vitales y culturales apuntan a una ruptura generacional. La formación adquirida los lleva a demandar otros contenidos de los medios o, incluso, a buscar alternativas a estos, al tiempo que se muestran más refractarios a la manipulación, la propaganda y la desinformación. La crisis de los productos periodísticos es anterior a la recesión económica, pero esta ha servido para revelar sus carencias. Se ha descubierto un periodismo erosionado en su credibilidad por la cercanía con el poder, que lo aleja de la realidad social, y el abandono de su función de control demo-

LA RECESIÓN ECONÓMICA NO HA SIDO LA CAUSA PRIMERA DE LA CRISIS DEL PERIODISMO, SINO QUE HA AGRAVADO LA QUE YA EXISTÍA EN EL NEGOCIO DE LOS MEDIOS

crático. Antes del estallido de la recesión económica, los problemas del periodismo estaban presentes en la literatura profesional y académica, que hacía hincapié en su degradación. La orientación de los grandes medios, marcada por el predominio de valores mercantiles y las servidumbres que su exceso conlleva, había afectado a la agenda y a la calidad de los contenidos, progresivamente inclinados hacia el sensacionalismo y el espectáculo. Estrategias comerciales que, con frecuencia, integran la información en soluciones y formatos inadecuados, con el consiguiente manejo especulativo de las audiencias.

La burbuja mediática

Una de las facetas de la crisis del periodismo, acentuada en España durante los años de bonanza económica, fue la ampliación excesiva del sistema de medios y la aparición de otras expresiones mediáticas que eran calificadas, sin serlo, de periodísticas e informativas. La ambigüedad provocó una extensión confusa del concepto genérico de periodismo. A la confusión y la incertidumbre también ha contribuido el optimismo tecnológico y la complacencia de los propagandistas del llamado periodismo digital. Vincularon la crisis del periodismo a la decadencia del soporte papel, y no tanto

complementados por el uso simultáneo de los distintos medios y soportes, mientras que en el sur las prácticas de consumo están más vinculadas al entretenimiento y al ocio, con un peso aún dominante del audiovisual generalista.

Contagio político

La vecindad entre el poder y los medios, con ausencia de mecanismos de regulación y control, ha permitido dar alas a las estrategias expansivas del sistema, mediante concesiones y apoyos a los intereses de las corporaciones afines a los Gobiernos y el blindaje de los altavoces mediáticos. Los Gobiernos no solo han operado sobre los medios de titularidad pública, dando, en muchos casos, un sesgo gubernamental y propagandístico a sus contenidos informativos, sino que, al igual que sus oposiciones, se han apoyado en los privados para desplegar sus tácticas de polarización política. Una acción que ha restado credibilidad al periodismo y reducido su espacio de intervención crítica.

La posición de los grupos empresariales de comunicación, como actores prácticamente únicos en la interlocución con el Gobierno, ha limitado el

LA CERCANÍA CON EL PODER O LA OPOSICIÓN HA MARCADO EL DESARROLLO DE LOS GRANDES GRUPOS DE COMUNICACIÓN, SUS FASES DE PUJANZA Y SUS CRISIS

eco de las propuestas sobre la necesidad de regeneración de los medios. Aquellos se han convertido en los orientadores privilegiados de la acción sectorial del Ejecutivo, aunque operen sobre un campo más extenso que afecta a la opinión pública, el derecho a la información y la salud de la democracia. El asunto de los medios se ha desviado hacia una simple cuestión de mercado. La exclusión del discurso crítico y la ausencia de debate han provocado una pérdida de autoestima entre los periodistas, relegados a un plano de severidad laboral, donde los derechos y los atributos que amparan el ejercicio profesional en otras naciones europeas aparecen aquí limitados y amenazados.

El crecimiento del negocio de los medios, muy intenso en las dos últimas décadas, y su apelación a los públicos masivos, especialmente en el ámbito de la televisión, orientaron los contenidos hacia soluciones de bajo perfil estético y cultural, lo que, en el plano de los espacios informativos, se ha traducido en una generalización de los formatos ligeros, cuando no sensacionalistas. El problema es más preocupante en un país de poca lectura, donde el empobrecimiento de la información alcanza también a las televisiones públicas.

Con la llegada de la democracia, se produjo una progresiva fascinación mediática de la clase política, que no solo se reflejó en el carácter gubernamental de las televisiones públicas, sino que también movió a los Gobiernos a buscar alianzas con los grupos mediáticos y a promover estructuras de aprovechamiento mutuo. Una interlocución opaca entre poder y medios, refractaria a los mecanismos de transparencia democrática. Los cambios en La Moncloa fueron superponiendo soluciones y alternativas, pero también ampliando la talla del sistema, con más medios y un volumen creciente de empleo. Se pueden distinguir etapas definidas por el color del Ejecutivo, en las que el cambio de las alianzas y de las expectativas de negocio crearon relaciones distintas de las que define la libre competencia en los mercados. Relaciones descritas en términos de cercanía política entre el poder y los grupos mediáticos.

‘Chiringuitos mediáticos’

En los 15 años previos a la crisis económica, se asistió a una expansión del sistema de medios, en parte artificial, vinculada a las tensiones de la vida política y a la permisividad ante soluciones carentes muchas veces de lógica comunicativa y profesional. En el plano de los medios nacionales, la cercanía con el poder o la oposición ha marcado el desarrollo de los grandes grupos de comunicación, sus fases de pujanza y sus crisis. Pero la fascinación por los medios y el uso de estos como instrumentos de interlocución especulativa tuvieron otros desarrollos.

Es conocida la proliferación de proyectos locales desprovistos de objetivos sociales y culturales, ajenos a la ética de la cultura periodística; esto es, so-

luciones especulativas o, como han sido calificados, “chiringuitos mediáticos”, en algunas ocasiones relacionados con los excedentes de la actividad inmobiliaria. Contagiados por la experiencia central, las administraciones locales promovieron en ciudades y poblaciones medianas radios y televisiones en condiciones y número desconocidos en el resto de Europa.

La expansión no supuso un reforzamiento de la conciencia crítica y de la estima social de los periodistas o la simple mejora en las condiciones laborales de los trabajadores de los medios. La solvencia moral de los emprendedores se plasmó en la pobreza de los valores que acompañaron la formación de una burbuja mediática, cuya máxima dimensión se alcanzó a mediados del primer lustro del presente siglo.

El crecimiento del sistema tampoco contribuyó a reforzar su pluralidad. La mediocridad de muchos de los proyectos demostró que en las concesiones predominaba, cuando la hubo, la solvencia económica. En general, por más que los textos legales que convocaron las licitaciones hiciesen alguna referencia retórica a las libertades públicas, se resolvieron de acuerdo con criterios de afinidad política y capacidad económica, con independencia de la solvencia moral, profesional y democrática.

Visto el periodo que va de 2000 a 2007 desde la experiencia de la actual crisis económica, hay razones para afirmar, como hecho diferencial en España,

LA EXPANSIÓN DE LOS PROYECTOS INFORMATIVOS SE HIZO AL MARGEN DE LA LÓGICA PERIODÍSTICA Y DEL ALCANCE ÉTICO DE LA ACTIVIDAD INICIADA

la existencia de una burbuja mediática que, como la inmobiliaria, no tiene equivalencia en Europa. La burbuja mediática se generó sin criterios de sostenibilidad, y la expansión de los proyectos informativos se hizo al margen de la lógica periodística y del alcance ético de la actividad iniciada, con consecuencias que son evidentes en todas las zonas del país. Y se alimentó mediante una precarización generalizada en las contrataciones laborales y el recurso amplio, que se contagió a todo el sistema, al empleo de jóvenes becarios y recién licenciados. Los excedentes universitarios, fruto de

otra burbuja, la académica, han marcado un grave desajuste laboral. El mercado se beneficia de una mano de obra cualificada y barata, pero es tal el volumen de la oferta que, incluso en los años de bonanza económica, la demanda de empleo solo pudo absorber una pequeña parte.

Polarización política

La polarización política ha trasladado al seno de los medios tensiones y prácticas partidistas que alteran su función social, les restan credibilidad y desatienden el derecho a una información verificada. Esa dinámica, menos frecuente o intensa en otras naciones europeas, con excepción de Italia, ha alentado la discrecionalidad gubernamental en la concesión de licencias, el manejo de la publicidad institucional y otros intercambios que describen una peculiar interacción de intereses cruzados. Circunstancia que, por su continuidad en el tiempo y su adscripción a los ciclos legislativos, ha minado la credibilidad de los medios informativos. En la percepción social, estos aparecen ligados, en gran medida, a la pobre valoración que se tiene de los políticos.

Un análisis de la acción legislativa descubre que la pretendida ausencia de políticas de comunicación, independientemente del color de Gobiernos y Parlamentos, ha sido una real política relacionada con el control de los vectores mediáticos de la polarización. No es fácil encontrar rastros normativos que describan los medios en una sociedad democrática, amparen el trabajo de los periodistas, protejan a los menores y a los sectores más vulnerables de los efectos de determinadas expresiones, favorezcan la alfabetización mediática o prescriban orientaciones de convergencia con las políticas de la Unión Europea y las resoluciones de su Parlamento. La estrecha relación entre la industria y las estructuras de poder anula la virtud de control social atribuida a los medios informativos. A la vez, se agiganta el protagonismo de las corporaciones mediáticas, en detrimento de los periodistas y de las audiencias.

Este conjunto de circunstancias ha creado un sistema orientado, polarizado e intervenido, escasamente independiente. La propia estructura territorial del Estado ha permitido reproducir, a escala autonómica, formas

indirectas de intervención, más allá del control gubernamental de las televisiones públicas. Las prácticas seguidas en las concesiones de licencias, así como en el manejo de la publicidad institucional, han trasladado a la periferia del Estado las relaciones de conveniencia entre los grupos mediáticos y los poderes públicos.

Un problema de salud democrática

Aunque el libro pinta en negro, su enunciado es algo más que un recurso retórico. No es imaginable, en un país que se indigna por las debilidades de nuestra democracia, acentuar el divorcio del periodismo y la sociedad. Se avecinan años muy difíciles para la profesión; por eso, no es aconsejable, aunque el ejercicio que se propone plantee muchos interrogantes, vincular la crisis del periodismo a la crisis económica. Como trabajadores de la información y de las ideas, la crisis del periodismo está más vinculada a la de la democracia, a los vectores de opacidad que se resisten al objetivo de transparencia que prescribe el derecho a la información. La opacidad, como forma de censura o desinformación, así como la propaganda, son las termitas que minan la salud de la democracia.

CARMEN DEL RIEGO

Carmen del Riego
es periodista y directiva de la Asociación
de la Prensa de Madrid.

Gracias Fernando [González Urbaneja], y gracias Bernardo [Díaz Nosty], por querer que interviniera en la presentación de tu libro. Una alumna presentando a su profesor no deja de ser curioso, y me siento así: entre profesores y amigos. Fernando es amigo, además de maestro de muchas cosas, y Lucía [Méndez] es amiga y quizá con la persona con la que más he reflexionado en voz alta sobre la situación del periodismo. Una cosa nos separa a Lucía y a mí cuando hablamos de estos asuntos: ella cree que el periodismo ya no tiene remedio, que se ha acabado, y yo, optimista como soy, no sé si antropológica o no, creo que el periodismo nunca podrá morir,

concebir esta profesión, o este oficio, como gusta decir a muchos, como un servicio público, no empezaremos a encontrar la salida del pozo.

Esa es la primera conclusión que se desprende, a mi juicio, del libro que ha escrito Bernardo, que creo que acierta al ver las diferentes crisis que están afectando al periodismo, y que no son, al menos únicamente, producto de la crisis económica. No nos engañemos, aunque hubiera pleno empleo, aunque el periodismo no tuviera las terribles cifras de destrucción de empleo y de cierre de medios que podemos analizar en estas páginas, el problema del periodismo sería el mismo, o muy parecido, porque es de concepto.

Un concepto que ha desvirtuado la crisis económica, pero que también sufre como consecuencia de la otra crisis a la que nos enfrentamos desde antes de 2008, la crisis de modelo. Estoy de acuerdo con Kapuscinski en que las nuevas tecnologías “facilitan nuestro trabajo pero no ocupan su lugar”, el del periodismo. Yo incluso iría más allá y afirmarí, aunque sea una osadía, que las nuevas tecnologías dificultan a veces nuestro trabajo, a la vez que nos hacen más imprescindibles. Imprescindibles porque la gran cantidad de información que se recibe hoy en día –por la extensión del uso de las nuevas tecnologías, sobre todo internet, ya sea en el ordenador o en el teléfono– es indigerible para cualquier ciudadano. Nuestro trabajo ahí vuelve a ser básico para digerirla, dosificarla, explicarla y hacerla entendible. WikiLeaks ha sido todo un fenómeno en los últimos años, pero solo cuando entró en juego el periodismo, y cuatro periódicos tradujeron toda esa cantidad de datos, los ciudadanos fueron capaces de entender la información que proporcionaba.

Esta afirmación que acabo de decir no tiene nada que ver con que los periódicos impresos no dejarán de existir. No tiene que ver con los periódicos, sean en papel u *on-line*. No quiero que se me interprete que estoy denostando a los medios *on-line*, porque lo que a mí me importa, y es lo que creo que debe importar al periodismo, es el contenido.

Y ahí sí tengo una crítica que hacer a los periódicos de papel y digitales. Si quieren que lo principal sea la rapidez, y que esa rapidez la proporcione el mismo periodista que debe después escribir una crónica para el papel, algo saldrá mal, o la rapidez (yo invitaría a los directores de estos medios a pen-

sar si es tan imprescindible) o el papel, porque mientras están escribiendo una cosa no pueden buscar el plus que debería llevar la crónica en papel, mientras una sea gratuita y otra de pago. Pero a lo que iba. Mientras nosotros mismos no reivindicemos nuestro papel, y seamos nosotros quienes inventemos términos como “periodismo ciudadano”, ni el periodismo será periodismo, ni conseguiremos sacarle del agujero donde está. El ciudadano dispuesto a contar una noticia será una fuente, pero no un periodista, porque si admitimos que lo que dice un ciudadano puede ser lanzado tal cual, es porque el periodista no está cumpliendo su papel, es decir, escuchar a ese ciudadano, preguntar a otros, ir a otras fuentes, contrastar la información, analizarla y darla o completarla o matizarla.

La comodidad es lo que nos ha llevado a esta situación. Cuando el periodismo declarativo es más fácil de colocar en las páginas de los periódicos, o en las radios, que un análisis de lo que está ocurriendo, sencillamente estamos haciendo dejación de nuestra responsabilidad. Y no es verdad que una crónica sin declaraciones o una información en televisión sin imágenes no sean noticia. Cuando algo es noticia, es noticia. O quizá sea que hemos hecho noticia de cosas que no se lo merecen.

LUCÍA MÉNDEZ

Lucía Méndez es redactora jefa de Opinión del diario *El Mundo*.

En la página 63 del libro de Bernardo [Díaz Nosty], hay una viñeta de El Roto: “Lo malo que tiene esta edad de la comunicación y la información es que no hay manera de saber lo que pasa”. En eso estamos todos. Lo que pasa en la profesión, compilado con orden, diagnosticado con toda frialdad, está en el *Libro negro del periodismo en España*, un título que no podría ser más atinado ni más pegado a la realidad.

Bernardo ha trazado una radiografía de alta resolución sobre el periodismo en España. Sin concesiones, sin tópicos, con rigor y muchos datos, cada uno de los cuales por su cuenta daría para un libro. Un alegato de denuncia

sobre una época cuya oscuridad desgraciadamente preocupa únicamente a las asociaciones profesionales y en los ámbitos académicos. Desde la burbuja mediática, aún a medio estallar, pasando por la polarización política, las presiones, la falta de credibilidad, la mala opinión que de nosotros tienen los ciudadanos, las ruedas de prensa sin preguntas y los desafíos tecnológicos de los que después me gustaría decir algo.

En el estudio del profesor Díaz Nosty están las consecuencias de las cuatro crisis que asolan el periodismo. Una crisis económica que tiene a las

NO ESTAMOS SOLO ANTE UN CAMBIO DE SOPORTES, SINO ANTE LA TRANSFORMACIÓN DE LOS FUNDAMENTOS MISMOS DEL EJERCICIO PROFESIONAL

empresas de comunicación a la búsqueda diaria de soluciones para el modelo de negocio. Y aquí tenemos que reconocer que sin empresas no puede haber periodistas ni periodismo. Una crisis laboral que ha dejado en la calle a más de 4.000 periodistas en tres años, según datos del Observatorio de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE). Una crisis tecnológica que está minando los fundamentos mismos del ejercicio profesional. ¿Qué hacer?, se preguntan Carmen [del Riego], Bernardo y Fernando [González Urbaneja]. Volver al periodismo, vienen a responder. Pero, ¿cómo? ¿Cómo confirmar una noticia por tres fuentes cuando se ha de colgar en una web en dos minutos? No estamos solo ante un cambio de soportes, sino ante la transformación de los fundamentos mismos del ejercicio profesional. Y la cuarta es una crisis ética sin precedentes.

¿Qué hemos hecho para merecer lo que tenemos? ¿Qué ha hecho la profesión para llegar a una situación como la que describe en términos objetivos el profesor Díaz Nosty? Porque algo habremos hecho mal, digo yo.

Sin ánimo de agotar el catálogo de los pecados que cada uno de nosotros por separado y como colectivo profesional hemos cometido, voy a exponer solo un par de ellos. Como le ha dicho Felipe González al PSOE, llevamos demasiado tiempo con los brazos caídos.

La profesión, tal y como la conocíamos, ha sufrido una mutación genética,

porque le afectaban. Asistimos así a un fenómeno nuevo. Bernardo ha glosado perfectamente la influencia y las presiones de los poderes públicos, de los económicos y de los anunciantes. ¿Y qué decir de este nuevo fenómeno que es la influencia de los lectores, oyentes o telespectadores, que se han convertido ellos mismos en periodistas gracias a las redes sociales y a esta figura nueva que los apóstoles de la nueva tecnología llaman “periodistas ciudadanos”? Quizá dé para otro libro.

MANUEL NÚÑEZ ENCABO

Manuel Núñez Encabo es presidente de la Comisión de Quejas y Deontología de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE).

Después de mi felicitación más cordial al profesor Díaz Nosty, por este libro tan claro y oportuno, y a González Urbaneja, por la organización de este acto, recordando su importante decisión para poner en marcha la Comisión de Quejas y Deontología del Periodismo, mi intervención se va a concretar en tres puntos de referencia-causas graves de los efectos del periodismo negro en España que se describen en el magnífico libro de Díaz Nosty.

Concretando las cuestiones en la principal configuración del periodismo hoy, el primer punto de referencia- causa grave del deterioro del periodismo, que se está iniciando peligrosamente ya desde algunas empresas informativas, es el desarrollo de “un periodismo sin periodistas”. Es una tendencia existente antes de la crisis económica, que ahora se agrava por las dificultades financieras de las empresas informativas, y que constituye una contradicción del periodismo en sus propios términos y naturaleza. El periodismo es cosa de dos y está integrado por una dualidad constitutiva, ya que, como indica en su punto número 10 el Código Europeo de Deontología del Periodismo del Consejo de Europa, del que tuve el honor de ser ponente y redactor: “Los medios de comunicación están sustentados en un soporte empresarial, donde conviven y se deben distinguir editores-propietarios de las empresas informativas y periodistas” y, a continuación, se

en relación únicamente con los contenidos, frente al modelo norteamericano de libertad de expresión ilimitada del periodismo merced a la primera enmienda de su Constitución, el modelo europeo y el español en el marco constitucional en su artículo 20 parten de que la naturaleza propia y específica del periodismo exige contemplarle siempre teniendo en cuenta conjuntamente dos factores imprescindibles, que son las dos caras de la misma moneda: la libertad de expresión-información de los periodistas y medios de comunicación y el derecho de los ciudadanos al respeto de sus derechos fundamentales y a recibir una información veraz y unas opiniones éticas. Son dos derechos fundamentales indisociables, que gozan de la misma jerarquía jurídica y que hay que tratar y garantizar simultáneamente. Partiendo del artículo 20 de la Constitución, no hay duda de las limitaciones jurídicas a la libertad de expresión de periodistas y medios de comunicación, y la necesidad de esta delimitación jurídica general de este paraguas general del derecho y su presencia en los medios de comunicación en el marco inexcusable para todos del Estado de Derecho. Sin embargo, la cuestión hoy de mayor importancia y debate es si el derecho por sí solo es suficiente y no debería complementarse con la deontología del periodismo, contestando a la pregunta concreta de si **para la puesta en práctica** [negrita del autor] de estos límites es preferible la utilización del procedimiento jurídico-judicial o la autorregulación de los códigos deontológicos. Teniendo en consideración la naturaleza propia y específica del periodismo, el procedimiento que mejor garantice de manera eficaz y facilite el ejercicio **simultáneo** [negrita y subrayado del autor] de estos dos derechos fundamentales deberá ser el preferido y gozar de prioridad en su utilización, aunque ambos en su formulación general no sean incompatibles.

Un máximo ético y un mínimo jurídico

El proceso jurídico-judicial que se pone en práctica a posteriori está lleno de trámites y plazos que, por su complejidad, llegan a una tardanza excesiva en la clarificación de responsabilidad del periodismo, editores y periodistas. Mientras tanto, los nuevos medios de comunicación y el ejercicio del periodismo conforme a la potencia de las nuevas tecnologías de la

En primer lugar, que los principios éticos sean asumidos individualmente, de forma voluntaria y en su conjunto por los periodistas-asociaciones profesionales y, en su caso, por los editores-propietarios de los medios (la ética nunca debe imponerse, a diferencia del derecho), que, además, partiendo de que se trata de una ética pública y no privada –ya que la información es un bien público–, los harán públicos ante los receptores de la información, los ciudadanos, con el compromiso también de su cumplimiento. En segundo lugar, que este compromiso se someta voluntariamente a la resolución de comisiones de quejas y deontología autónomas, independientes y exteriores a los propios medios de comunicación, que recibirán las quejas de los ciudadanos y actuarán también de oficio. En tercer lugar, que, en caso de incumplimiento, se asuman las consecuencias de la resolución, la cual, como mínimo, consistirá en aceptar la publicación de las propias resoluciones para que los receptores-ciudadanos conozcan públicamente qué medio o periodista es ético y cuál no a todos los efectos de credibilidad y confianza.

Estos tres requisitos concretan la única y válida definición del código deontológico del periodismo y la auténtica autorregulación ética, sin los cuales la ética del periodismo estaría vacía de contenidos, reducida a mero nominalismo. Así ocurre, por ejemplo, en la denominada autorregulación interna, basada únicamente en una ética privada desde los propios medios, con personas designadas por los directores o los propietarios, cuya eficacia es irrelevante, por ser jueces y parte, salvando en su caso la buena voluntad de los designados. Lo mismo ocurre con los autodenominados códigos deontológicos firmados por los editores y el Gobierno en relación con la protección de los menores en televisión. Esta inadecuada denominación de deontología y autorregulación y, consecuentemente, su ineficacia en su aplicación es lo que produce la imagen falsa de que los códigos deontológicos en los medios de comunicación son papel mojado.

El modelo de autorregulación de los códigos de deontología de los consejos de prensa o comisiones de quejas y deontología es más adecuado a la naturaleza del periodismo, puesto que garantizan simultáneamente el respeto del derecho de libertad de expresión-información de los emisores, solo su-

Es necesario el compromiso de los editores en todo el ámbito español con la autorregulación ética, lo que ya existe en muchos países europeos. Asimismo, es un compromiso que deberá estar en consonancia con el nuevo concepto de responsabilidad editorial que se señala en la Directiva Europea de Servicios Audiovisuales y que se recoge también en el artículo 13 de la Ley General española de la Comunicación Audiovisual. En España, además, es una contradicción que algunos propietarios-editores, críticos con la autorregulación de la FAPE, apoyen, sin embargo, aunque sea formalmente, únicamente al Consejo de la Información de Cataluña y no a la Comisión independiente nacional de la FAPE. Solo el compromiso ético común conseguirá la credibilidad de los medios de comunicación y una rentabilidad social, que, a través de una buena gestión, se puede plasmar también en rentabilidad económica, porque la ética debe y puede ser rentable para los que la practiquen, siempre con la condición de que exista un acuerdo global deontológico que impida la competencia desleal de los que partan de una impunidad total en el ejercicio del periodismo.

La complicidad entre poderes mediáticos y poderes políticos

El tercer punto de referencia-causa del deterioro grave del periodismo es la complicidad entre los medios de comunicación utilizados como poderes públicos y los poderes políticos, compartiendo ambos la manipulación de la opinión pública en beneficio de los intereses económicos y políticos de unos y otros, con la utilización de la información como mercancía a cambio de apoyos electorales. El ejemplo más escandaloso de esta complicidad en Europa ha sido el caso Murdoch, cuyo apoyo de este grupo multimedia ha sido decisivo para derrotas o victorias electorales como las de Blair y Cameron, a cambio de permitir la impunidad total de los contenidos periodísticos. En definitiva, el periodismo tiene hoy su mayor peligro en que se transforme en una nueva dualidad, con el protagonismo únicamente de editores y políticos entrelazados por el vínculo común de la complicidad de sus poderes y la expulsión del único vértice, punto de referencia legitimador de los mismos, que es el derecho de los ciudadanos, únicos propietarios del derecho a la información.

Sin duda, en España, como señala Díaz Nosty, estamos en una etapa negra del periodismo, en un panorama multimedia de los peores de Europa, principalmente en los medios audiovisuales y, en concreto, en televisión, fruto de complicidades políticas, donde la Guardia Civil sabe que en algunos programas puede detener fácilmente a infractores de la Ley; donde existe una reciente Ley General de la Comunicación Audiovisual que no puede cumplirse, al carecer de un Consejo Audiovisual independiente que es exigencia del Consejo de Europa y de las directivas de la Unión Europea; mientras que los contenidos de múltiples canales de la Televisión Digital Terrestre se degradan constantemente, y la mayoría de las televisiones autonómicas reflejan una politización insostenible; mientras que la RTVE se encuentra sin la existencia de un presidente, requisito jurídico indispensable para su funcionamiento, lo que es aprovechado por la mayoría de un Consejo de Administración politizado para ejercer la censura previa; mientras se impide a la radio ejercer la libertad de información desde los campos de fútbol, confundiendo la exigencia de un pago por los derechos de emisión con el pago por la utilización de determinadas instalaciones deportivas; mientras que la mayoría de los tertulianos, al servicio de sus medios y de lo social y políticamente correcto, manipulan el derecho a saber de los ciudadanos; mientras España sigue siendo la excepción con la ausencia de transparencia y acceso a la información pública...

En la actual situación de deterioro del periodismo y de la complicidad política, tal vez sea necesario lanzar nuevamente desde encuentros como este el “yo acuso” de Émile Zola. ☒