

'Chartes' de independencia

Los medios franceses se dotan de contratos para regular los conflictos de intereses entre accionistas y redacción. A diferencia de España, un nutrido número de medios galos han sabido organizar su libertad. Garantizarla en sus redacciones es cuidar la libertad de prensa, es defender el mensaje, proteger al lector.

MARTA MOLINA

Crisis económica, empresarios con aires de editor, grupos industriales al mando de las redacciones de tres cuartas partes del planeta, la batalla de lo digital y mensajes agoreros que anuncian el fin del periodismo. Los periodistas temen ver la suela del zapato empresarial pisoteando su independencia, en una época en que la pronunciada caída de la publicidad amaga con llevar-

se tras de sí un buen reguero de redacciones. Con balances próximos a la bancarrota y agitando el capote en una arena donde se lidian dos crisis –la estructural y la coyuntural–, los conflictos de intereses entre accionario y redacciones amenazan con encapotar la mal traída libertad de prensa.

La presencia de capitales empresariales y financieros en la prensa no es una novedad, ni tan siquie-

Marta Molina es responsable de Prensa de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE).

●●● 'Chartes' de independencia

ra una excepción francesa. Pero a diferencia de España, algunos medios del país vecino convinieron en dotarse de herramientas (contratos accionariado-redacción, normas de independencia, consejos de sabios o mediadores) frente a la injerencia de los accionistas en su labor. Garantizar la libertad de las redacciones es cuidar la libertad de prensa, es defender el mensaje, proteger al lector.

La independencia de las redacciones ha representado de siempre una cuestión sensible para unos y otros. Quienes ponen el dinero gustan de ver recompensada su aportación a un sector embarrado en números rojos, que no subsistiría sin su ayuda. Y los que moldean la

información defienden a capa y espada su compromiso de neutralidad y servicio público.

Vacío normativo

En Francia, como en España, ningún texto normativo o recomendación prevé la independencia de las redacciones de cara al accionario de los grupos de comunicación. Sin embargo, y a diferencia de nuestro país, un nutrido número de medios franceses han sabido organizar su libertad y dotarse de mecanismos autorreguladores.

La Federación francesa de Asociaciones de Periodistas (RAJ, por sus siglas en francés) lleva tiempo alentando la adopción de códigos de in-

'Les Échos': principios de independencia

La *Charte* de Independencia del económico *Les Échos*, propiedad del imperio LVMH, que preside Bernard Arnault, contempla el establecimiento de un Consejo de Independencia y de un Comité de Independencia Editorial encargados de velar por el cumplimiento del Código Ético. Tiene las siguientes características:

Consejo de Independencia: compuesto por once miembros, tres administra-

dores independientes y el director de la redacción, con un mandato de tres años. El Consejo de Independencia de *Les Échos* tiene la misión de velar por que los intereses del grupo LVMH no injieran en el compromiso del diario con su lector.

Director de la redacción: será nombrado por LVMH, con el acuerdo del Consejo de Vigilancia y bajo la reserva de que los periodistas de plantilla no se opongan a la designación.

dependencia (*chartes d'indépendance*) en los medios de comunicación galos. Estas normas –elaboradas sobre la base del diálogo entre editores y redacción– son sometidas a la aprobación de la empresa, por medio de acuerdos que deben recibir la aceptación de tres cuartas partes de los periodistas.

La RAJ propone anexarlas a los contratos laborales y pincharlas del corcho principal de la redacción para que no escapen del campo de visión de editores, periodistas y colaboradores. Buen número de medios franceses dispone ya de normas en ese sentido. Pero rara vez, según denuncia la Federación, se les da publicidad. Y, así, la existencia de estos códigos deja de ser garantía su-

La Federación francesa de Asociaciones de Periodistas propone reservar las ayudas públicas a medios dotados de códigos de independencia.

Código Ético: el accionariado y el Consejo de Independencia se ceñirán en sus actos al Código Ético. Los términos de este código serán acordados por LVHM, Pearson y la sociedad de periodistas de *Les Échos*.

Comité de Independencia Editorial: compuesto por periodistas especializados. Se ocupa de desvelar la influencia efectiva a que han sido sometidos los informadores. La influencia efectiva se define como to-

da actitud accionarial cuyo objetivo es impedir o desmotivar la redacción de un artículo, o modificarlo de tal modo que éste cambie en su favor. Sus conclusiones deberán ser publicadas en el diario.

Estatutos: toda modificación de los estatutos relativa al Consejo de Independencia, al Código Ético o al Comité de Independencia Editorial deberá contar con el voto mayoritario de los accionistas.

●●● 'Chartes' de independencia

ficiente para el lector. “Sería deseable que los lectores conocieran su contenido, de tal forma que tuviera argumentos con los que exigir responsabilidades al medio que presta el servicio”, señala la RAJ.

Los vecinos franceses llevan rato buscándole la vuelta a estos atropellos. La exigencia de trazabilidad aplicable a las etiquetas de productos de gran consumo, sugiere la RAJ, podría en cierta manera emplearse en periódicos y sitios web. “Es urgente que el público esté informado y conozca quién es quién en cada medio: *chartes*, reparto del capital, listado de accionistas, cifras de difusión, organización de la redac-

ción, servicios comerciales y principales fuentes de información”.

Proponen, además, reservar las ayudas públicas directas o indirectas a medios dotados de códigos de independencia, bajo reserva de que sean aplicados en las cuestiones deontológicas más sensibles, que definiría un comité de sabios nombrado al efecto.

Avales de la redacción

En cierto sentido, algo así sucede ya en varios medios franceses. Para ser nombrado, el director de *Libération* debe contar con el apoyo de dos tercios de la redacción. Esta condición

'La Tribune': 'Charte' de independencia y deontología

Rubricada el 7 de abril de 2008, la cartera de normas del económico *La Tribune*, bajo el mando del magnate de la comunicación Alain Weill, consigna:

Calidad de la información: periodistas y editores comparten la misión de permitir a sus conciudadanos conocer mejor el mundo en que viven para poder actuar en consecuencia. El director de la publicación decide los objetivos editoriales, así como las herramientas para lograrlos y el mo-

do en que presentárselos a los periodistas. Este acuerdo editorial sostiene la relación de confianza entre éstos y el gran público. Cuando es nombrado, el director presenta su proyecto editorial a la redacción, acerca del cual el Comité de Redacción podrá formular una opinión.

Independencia editorial: los imperativos publicitarios y comerciales no pueden ser invocados para influir sobre los periodistas. El director de la publicación es el guardián de la

fue suprimida al incorporarse Édouard de Rothschild al accionariado del grupo en 2005. Bajo la misma premisa, *Le Nouvel Observateur* demanda el aval de la redacción antes de nombrar director. Tras dos vetos, el propietario tiene plena libertad. La sociedad de redactores de *Le Monde* también disfruta de derecho a veto. El caso del primer diario francés resulta particular, dada la participación de la sociedad de redactores en su accionariado (23,6%). El diario económico *Les Échos*, tras ser adquirido por el grupo LVMH, que preside el magnate del lujo Bernard Arnault (primera fortuna de Francia y decimotercera del mundo, según la úl-

tima lista de la revista *Forbes*), requiere el visto bueno de la redacción para nombrar director, y convoca un comité de sabios que media entre inversores y periodistas cuando existe conflicto entre éstos.

La experiencia prueba que la naturaleza del accionariado puede tener una influencia directa sobre la calidad de la información y que, en épocas de grandes turbulencias económicas, los conflictos de intereses se multiplican. “Resulta bien complicado levantar una muralla china entre los intereses estratégicos del accionariado y las obligaciones del editor”, señalaba un editorial de *Les Échos* en junio de 2007, poco antes

independencia editorial y el director del Comité de Redacción vigila su cumplimiento en el día a día.

Accionariado: en todos los artículos del periódico, la mención “propietario de *La Tribune*” debe figurar entre paréntesis. La regla es la misma con otras sociedades ligadas al accionariado del medio.

Cartera de valores: se recomienda a los periodistas que no dispongan de acciones del medio, a fin de que su trabajo no sea puesto en cuestión.

Los periodistas de *La Tribune* deberán presentar anualmente una declaración de su cartera de acciones.

Comité de Redacción: cuenta con prerrogativas propias como el derecho de interpelación, a través de un mediador independiente, cuando esté en desacuerdo con la dirección del medio.

La Charte d'indépendance et de déontologie de La Tribune está a disposición de todos sus lectores en el sitio web del propio medio (www.latribune.fr).

de ser comprado por el magnate Bernard Arnault.

“Podemos tener un accionariado industrial siempre que comprenda que la información es un oficio, no una bailarina ni un medio de influencia”, estima Denis Jeambar, ex director de *L'Express*, gestionado por el grupo Vivendi. Para Jeambar, los empresarios actúan “como si la prensa fuera una palanca de poder”, y lo asevera habiendo hecho él mismo todo lo posible para favorecer la venta de *L'Express* al editor belga Roularta en 2006.

'Mélange' de editores

La separación entre editores puros (periodísticos) e impuros (empresariales) terminó por diluirse tras el desmoronamiento de la trilogía H (Havas, Hersant, Hachette). La presencia de grupos industriales en el accionariado de los medios franceses se impuso descaradamente en los ochenta: Matra adquiere Hachette Filipacchi en 1980, la Compañía Nacional de Aguas entra en el capital de Canal Plus en 1983 y Bouygues compra TF1 en 1987, al tiempo que Suez coquetea en la esfera audiovisual.

Poco después, Serge Dassault (propietario de *Le Figaro*), François Pinault (*Le Point*), el magnate del lujo Bernard Arnault (*Les Échos*), el perfumista François Coty y los industriales textiles Jean Prouvost y Marcel Boussac se dejaron tentar por las

En épocas de turbulencias económicas, los conflictos de intereses entre el accionariado y la redacción se multiplican.

aventuras de *Le Figaro*, *Paris Match* o *L'Aurore*.

Lagardère y Dassault, dos compañías armamentísticas, controlan el 90% de los activos de la difusión nacional y regional francesa, mientras que las constructoras Bouygues y Vivendi-Universal ostentan las principales posiciones del sector audiovisual galo.

Estos nombres –ligados a la prensa desde hace un par de décadas– representan a grupos cuya actividad principal nada tiene que ver con el periodismo, pero que han querido dotarse de un medio de comunicación desde el que impulsar su política empresarial.

Las informaciones del diario *Le Monde* sobre aeronáutica o revistas, sectores de actividad del grupo Lagardère (principal accionista), colocan al diario en un plano de desconfianza frente al lector, lo que genera dudas acerca de la objetividad e independencia de esas informaciones.

El empresario quiere librarse del periodista por molesto y el periodista del empresario por entrometido. Yves Agnès, presidente de la Asociación por un Consejo de Prensa (APCP, por sus siglas en francés), lo escenifica así: “Cierto, jamás se escuchará a un editor quejarse públicamente de la corporación. Pero, en ocasiones, las confidencias de tal o cual accionista dibujan la sombra de un deseo: ‘¡Ah, si pudiéramos hacer periódicos sin periodistas!’”.

Constitución francesa y Libro Verde

En Francia, de acuerdo a la fórmula fijada por el Consejo Nacional de la Resistencia tras la II Guerra Mundial, los medios deben ser protegidos de la influencia excesiva del Estado y de los poderes económicos. “Ése es uno de los principios fundacionales de nuestra República”, arengaba François Bayrou ante el hemicycle francés en un intento por incluir el concepto de “independencia de los medios” en la Constitución francesa. “Hay que escribir que la ley

garantiza la independencia de los medios tanto vis a vis con el Estado como respecto a los intereses económicos de su accionariado”, exigía el presidente de Unión por la Democracia Francesa (UDF). “Los protegería de los conflictos de intereses y prohibiría las concentraciones excesivas”, insistía. Pero tras un largo debate, el Gobierno rechazó la proposición (109 votos contra 98 sobre un total de 210 diputados).

Un lector tiene pocas razones para comprar un periódico si éste no le genera confianza ni en cuanto a la veracidad de sus informaciones ni en cuanto a la independencia de sus periodistas. “¿Cómo pueden medios y periodistas recuperar la confianza perdida del público?”, se cuestiona la APCP en su contribución al Libro Verde de la prensa francesa.

El Libro Verde recoge las conclusiones de los debates conocidos como Estados Generales de la Prensa Escrita, una iniciativa del presidente Nicolas Sarkozy para salvar una industria en crisis, una institución que se hunde y que ha necesitado una recapitalización de 600 millones de euros en el país vecino a finales del pasado mes de enero.

“Los diarios desaparecen, otros son absorbidos por los grandes grupos y otros cambian de manos”, clamaba un editorial de *Ouest-France*, cabecera del mayor grupo de prensa regional, hace ya cuatro años. Visionario. ◆