



---

## Sociedad y nuevos medios de comunicación

---

*Imparte: Helga Soto Diekfot*

*Ex jefa de prensa del Partido Socialista Obrero Español*

El comienzo de mi intervención tiene que ser, necesariamente, de agradecimiento, por haberme invitado a esta Escuela de Verano, a este lugar tan maravilloso donde, además, estoy teniendo la oportunidad de volver a encontrarme con viejos amigos y conocer a nuevos.

El título de mi intervención, es decir el que figura en el programa, es "sociedad y nuevos medios de comunicación". Sin embargo, no me voy a limitar a hablar sólo de este tema, sino que pienso englobarlo en uno mucho más amplio como es el de "los medios de comunicación y nuestra sociedad". Es mi intención tratarlo con algún detalle en el espacio que voy a dedicar

a los cambios que se han producido en el mundo mediático en las últimas décadas.

Aparte de hablar de los cambios que se han producido pretendiendo, a lo largo de esta charla, plantear preguntas y reflexiones críticas acerca del mundo mediático que nos rodea ahora, al principio del siglo XXI y dejar constancia del creciente pesimismo que me inspira la evolución del periodismo y de los medios de comunicación en los últimos años.

Como punto de referencia y comparación en el tiempo, me remonto 30 años atrás, exactamente a 1972. Aquel año fue un momento estelar en la historia del periodismo. Innumerables artículos en todo el mundo nos han recordado este verano que un 17 de junio se puso en marcha el caso Watergate, que consiguió derribar a Richard Nixon, a todo un presidente de Estados Unidos.

He leído varios de estos artículos y todos, con palabras elogiosas, quieren participar un poquito de la "gloria" del caso Watergate que empezó con un robo "menor" en el hotel que le dio el nombre al caso. Cuando dos reporteros del "Washington Post" iniciaron investigaciones para aclarar lo sucedido, descubrieron que no se trataba de un episodio de poca monta sino de una compleja trama de financiación del partido republicano.

Durante más de dos años lucharon por descubrir la verdad. Fue una tarea muy difícil, pero en todo momento podían contar con el apoyo de su excepcional director, Ben Bradley. Sin embargo, debían el hecho de poder culminar con éxito su investigación periodística sobre todo a la dueña del diario, Katharine Graham, que decidió que siguieran adelante a pesar de todas las dificultades. Ella arriesgó en muchos momentos la existencia misma de su periódico, pero no dejó de confiar nunca en sus reporteros. No cedió en los enfrentamientos con el poder político y no cesó en la defensa de la libertad de prensa por encima de todo.

Muchos medios de comunicación aprovecharon el aniversario del Watergate para recordar otros casos de periodismo valiente e independiente, como por ejemplo el de la publicación de los

papeles del Pentagono que llevó a cabo el New York Times a pesar de la amenaza del Gobierno norteamericano y en contra de los consejos de su propio departamento jurídico. O el de la reproducción de datos e informaciones no autorizados por parte del semanario alemán "Der Spiegel" cuyo editor acabo en la cárcel por orden de un ministro del Gobierno alemán.

Estos casos no fueron los únicos, hubo otros, aunque menos espectaculares. Pero lo que sí existía sobre todo en esta época era un clima muy especial de credibilidad y confianza de los ciudadanos hacia los medios de comunicación, tanto los escritos como los audiovisuales.

Se había conseguido, en parte, por el conflicto de Vietnam. Gracias a su cobertura critica pero objetiva, amplios segmentos de la opinión publica norteamericana primero cuestionaron y luego empezaron a rechazar la guerra de Vietnam. Las informaciones, fotos e imágenes fueron impactantes. Los reportajes de los periodistas realizados con libre acceso a los escenarios bélicos y fuera del control de los militares, conmovieron al país y al mundo entero pero no a los responsables políticos y militares norteamericanos. Ellos decidieron que "nunca más" habría una guerra sin tener controlados a los medios de comunicación. Y así ha ocurrido en todos los conflictos bélicos posteriores a Vietnam y con participación americana: el trabajo de los medios de comunicación se ha tenido que llevar a cabo bajo unas condiciones que, de hecho, significaban una férrea censura informativa.

En España, por esa época de finales de sesenta / principio de los setenta no se movía mucho en los medios de comunicación. Excepción hecha de las grandes revistas como Cambio 16 o Triunfo y después algunos más cuya complicada labor -siempre al borde de la censura- fue fundamental para la todavía clandestina Izquierda de este país. Eran las pocas voces disonantes en el coro mediático de adhesión al régimen dictatorial y su Generalísimo. Aunque también es verdad que la lectura de los periódicos para muchos españoles se estaba convirtiendo cada vez más en un ejercicio de leer entre líneas sus noticias y artículos porque eso era, sencillamente, más informativo.

Desde muy del comienzo de la transición política, sin embargo, hubo un fenómeno curioso en España que se manifestaba en la complicidad activa de muchos periodistas con el futuro régimen democrático. Su compromiso era fuerte durante toda la época pre hasta la postconstitucional y culminó con un apoyo activo y firme a la democracia en la noche del 23 F cuando ésta se encontraba amenazada. La actuación de la mayoría de los periodistas españoles a favor de la libertad puede ser una de las razones que explican la relativamente alta estima que este colectivo goza todavía hoy en día en España, sobre todo comparada con otros países del mundo donde esta profesión se encuentra en los puestos bajos de la escala de valoración social.

Tras esta mirada hacia el pasado, me gustaría volver por unos instantes a los artículos que han conmemorado el aniversario de Watergate, porque casi todos los que he podido leer están escritos en un tono melancólico. En algún caso solo falta el "érase una vez"...y en otro, un periodista ilustre aprovecha para recordarnos los principios básicos de la profesión periodística que están recogidos en un decálogo de 9 puntos, o sea:

1. La primera obligación del periodismo es la verdad.
2. Su primera lealtad es hacia los ciudadanos.
3. Su esencia es la disciplina de la verificación.
4. Sus profesionales deben ser independientes de los hechos y personas sobre las que informan.
5. Debe servir como un vigilante independiente del poder.
6. Debe otorgar tribuna a las críticas públicas y al compromiso.
7. Ha de esforzarse en hacer de lo importante algo interesante y oportuno.
8. Debe seguir las noticias de forma a la vez exhaustiva y proporcionada.

9. Sus profesionales deben tener derecho a ejercer lo que les dicta su conciencia.

Son estos 9 puntos efectivamente las normas que permitieron que Watergate fuera un éxito, seguramente el mas grande en la historia del periodismo.

Sin embargo, en toda la literatura producida con motivo del 17 de Junio, echo de menos algo importante. En ningún lugar he visto formulada la pregunta que para mi es clave, es decir si hoy en día sería posible que un medio de comunicación actuara de forma parecida a como lo hizo en su momento el Washington Post en el caso de Watergate.

Desgraciadamente, muchos nos tememos que no, que esto sería prácticamente imposible en la realidad que vivimos ahora. Demasiados han sido los cambios que se han producido en las ultimas décadas a todos los niveles, tanto en los medios de comunicación como en la sociedad.. El Watergate y lo que simboliza pertenecen ya definitivamente al pasado, y si todo evoluciona igual que hasta ahora, las perspectivas para el futuro del periodismo no son nada alentadoras.

Pero antes de llegar a conclusiones, creo que es justo y necesario analizar con detalle los factores novedosos que más han marcado el mundo mediático en los últimos años. Los más importantes son dos: por un lado, las concentraciones y fusiones y la entrada de capital ajeno a la empresa periodística.

Por el otro son las nuevas tecnologías o más concretamente los medios en Internet. Hoy en día todavía no conocemos bien el alcance que vayan a tener en el desarrollo de la información en un futuro próximo. Hay grandes esperanzas puestas en sus repercusiones positivas pero igual de grandes son las dudas. Volveré sobre este tema un poco más adelante.

El primer hecho mencionado, el de las concentraciones y del capital, ya ha tenido consecuencias en el mundo mediático y, por desgracia, no precisamente positivas. Las primeras se produjeron en Estados Unidos en los años noventa, después de

que el Gobierno norteamericano hubiera levantado las restricciones antimonopolísticas en vigor hasta entonces. empezó la gran carrera: la pretensión de muchas empresas informativas de convertirse en multimedia y de dominar en el mercado se llevó a cabo con fusiones entre medios y muchas veces con capital no proveniente de compañías periodísticas y el consiguiente cambio de propiedad.

Estos cambios han creado una nueva situación en la que, en muchos casos, la ley del mercado se ha impuesto a los criterios que han operado, hasta ahora, en el negocio periodístico. Con la introducción de un criterio puramente empresarial orientado hacia la obtención del máximo beneficio posible, la labor periodística ha quedado condicionada por la exigencia de ofrecer productos (es decir informaciones) que vendan, por encima de cualquier otra consideración.

Tanto en Estados Unidos como en Canadá, ya se han levantado numerosas voces de alarma ante las negativas consecuencias de muchas concentraciones mediáticas.

En un libro que acaba de salir, Robert Kaiser y Leonard Downie -este último sucesor del ya casi mítico director del Washington post, Ben Bradley- ofrecen unas reflexiones bastante pesimistas sobre el presente y futuro de los medios de comunicación norteamericanos e ilustran sus opiniones con ejemplos interesantes de aquel país.

En algún capítulo de su libro entrevistan a los responsables de los espacios informativos nacionales que emiten todos los días las tres grandes cadenas de televisión CBS, ABC y NBC. Tienen una duración de 30 minutos y sus presentadores gozan de gran prestigio y credibilidad dentro y fuera de sus medios.

Los autores del libro se reunieron por separado con cada uno de los tres, y repasaron con ellos sus primeros informativos de hace dos décadas para compararlos a continuación con los que producen en la actualidad. Llegan a unas conclusiones que llaman la atención, como, por ejemplo, que hoy en día:

Hay más publicidad.

Hay menos información internacional.

Hay menos información sobre política nacional.

Hay más reportajes sobre famosos

Hay más información de interés social.

Todo el espectro nacional y mundial queda cubierto en poco mas de 15 minutos cada día.

En el momento de las entrevistas (año 2000) las noticias internacionales, debido a sus altos costos, habían quedado reducidas a un mínimo. Ignoro si esta situación ha cambiado después del 11 de Septiembre.

Uno de los presentadores, el de la CBS, lamenta que la fuerza motriz que les empuja ahora es la obligación de hacer dinero. Mira hacia atrás con cierta nostalgia y comenta que "cuando empieza a considerarse el periodismo como negocio y no como servicio publico, la calidad baja a toda velocidad".

También hubo fusiones en la prensa escrita que igualmente han originado presiones económicas. Por esto hay muchos medios donde se ha reducido personal, se han eliminado suplementos, se han cerrados oficinas y se han deshecho de algunos periódicos. Estas decisiones también fueron tomadas, casi siempre, con criterios económicos y no informativos.

Las presiones económicas se complementan a veces con actos de censura o, por lo menos con intentos. Hay un caso sonado en Canadá donde la mayor empresa mediática, Canwest Global Communications, tras un proceso de fusiones se hizo dueña de 14 grandes periódicos y 120 pequeños diarios y semanarios a los cuales quiso imponer una sola línea editorial. Pero se encontró con una furiosa respuesta de los periodistas de los distintos medios que denunciaron públicamente los intentos de censura, hicieron alguna huelga, obligaron a recular a los dueños de Canwest y consiguieron que el tema de la concentración

de medios se convirtiera en actualidad política con debate parlamentario incluido.

En situaciones como las mencionadas anteriormente, es imposible el ejercicio del periodismo según las normas éticas definidas por los propios periodistas y exigidas por los ciudadanos. Si se confirma esta tendencia de la mercantilización de la información iniciada en Norteamérica, pero con una enorme capacidad de contagio ya efectiva, estaremos ante una grave crisis que puede afectar a la sociedad en su conjunto.

### Internet

El otro gran cambio que ha experimentado el mundo de la comunicación es la introducción de Internet en los años noventa. Ya en el año 1994 había importantes medios norteamericanos, como por ejemplo el New York Times, The Washington Post o Chicago Tribune que estaban disponibles on line. Hoy en día, la mayor parte de los grandes periódicos tiene una versión digital.

En la red predomina, cómo no, el idioma inglés y las ediciones digitales en español, el segundo idioma en presencia, suman solo una tercera parte. En España hay un total de 99 diarios con presencia en Internet la gran mayoría de los cuales tiene carácter regional y local frente a un reducido número de títulos nacionales.

Conviene añadir que en los últimos años, los medios digitales no solo han crecido en número sino también en contenidos. Hoy en día más del 70 por ciento de los diarios ofrece en su edición digital, la totalidad o un repertorio muy amplio de los mismos. De todas formas sería bueno tener en cuenta las advertencias del Foro de Panamá que juzga que, en términos generales, la calidad de las ediciones es muchas veces baja, al menos desde el punto de vista de la adecuación de los contenidos a un medio distinto.

Aparte de las versiones digitales de los medios escritos, existen también periódicos digitales autónomos, de calidad y prestigio, y cuyos contenidos no tienen nada que envidiar a los otros. En los últimos años, también se ha podido observar la internacionalización de alguno de estos medios digitales. En España ya esta presente alguna multinacional.

Esta claro que en la actualidad la prensa digital en Internet se ha convertido en una importantísima fuente de información, ha crecido a un ritmo vertiginoso en los últimos años, es referente insustituible para muchos internautas que la aprecian por su pluralidad y diversidad.

Sin embargo, la llegada de los medios a Internet y las posibilidades que ofrece habían hecho albergar a mucha gente grandes esperanzas, esperanzas de que los nuevos medios fueran algo más que meras copias de la prensa escrita convencional con, eso sí, un sistema de divulgación novedoso, es decir con un soporte tecnológico distinto, querían que fuera un instrumento de comunicación diferente y alternativo.

Creo que en la actualidad nos encontramos en una encrucijada acerca del futuro de los medios digitales. Su evolución en una dirección u otra depende, a mi juicio, de cuatro factores básicos que voy a mencionar a continuación.

Depende de:

- Su capacidad de superar su condición "elitista" (las dos terceras partes de lectores de medios de comunicación en Internet, lo son también de periódicos de papel que en todos los países forman una minoría, es decir una "elite").
- La búsqueda de una sólida base de financiación, que en la actualidad es bastante precaria. Los digitales no participan o de una forma muy limitada de los ingresos por publicidad con que cuentan televisiones, radios, prensa escrita, etc. Hasta el momento, la gran mayoría de los medios digitales no ha cobrado la visita de sus paginas pero parece que esto ya ha empezado a cambiar.

- La creación de nuevos modelos de empresas periodísticas, específicas para la comunicación en Internet y con unas estructuras de poder económico distintas a las que existen en el mundo de la comunicación convencional actualmente.

- La introducción de nuevos contenidos y formatos informativos para lo cual sería necesario ampliar los esquemas de información existentes. Los medios de Internet pueden crear una comunicación más plural, informar sobre otros hechos noticiables, no ofrecer aun más variaciones sobre los mismos hechos.

- Aumentar el nivel de participación. Internet es la plataforma mas idónea para la interacción entre emisor y receptor de noticias, opiniones, etc. y, por lo tanto, podría ser una buena formula para atraer a más lectores, contribuir a democratizar la red y, dependiendo del crecimiento de Internet, poder hasta aumentar la participación de los ciudadanos en lo colectivo.

¿Es imaginable pues la información y comunicación de los ciudadanos por Internet como medio para mejorar el clima de convivencia democrática en la sociedad? Por qué no, cualquier iniciativa puede ser valida y esta sin duda lo es si se avanza en esta dirección.

Porque ya desde hace algún tiempo, las sociedades de muchos países - europeos y otros- no gozan precisamente de buena salud. Las razones son complejas y distintas en cada país. Pero en todos ellos, destaca un factor sobre los demás: la profunda crisis de confianza entre ciudadanos y los poderes establecidos.

Ésta se traduce en una reclusión del individuo en su esfera privada, en un rechazo generalizado a la política y su falta de eficacia. Los ciudadanos están desencantados, además, con un sistema de partidos que, en opinión de muchos, representan sobre todo a sí mismos y cuyos programas tienden a distinguirse cada vez menos entre sí. Aunque la mayoría no cuestiona la

democracia como sistema, muchos ciudadanos no están dispuestos a dar por buena la proclamación de los valores occidentales en cifras y no en categorías morales.

A pesar del avance del populismo ultra o conservador, el nivel de resistencia y crítica en la sociedad ha bajado: la gente se ha acostumbrado a convivir con el fenómeno. También se ha acostumbrado a sobrellevar su frustración y su indiferencia.

Sólo deja constancia de su desencanto en los procesos electorales: no acude a las urnas, contribuyendo de esta manera a que la abstención en muchos países ya es o está a punto de convertirse en la formación política mas fuerte.

Nos encontramos con ésta o parecidas situaciones en muchos países del mundo occidental. Puede ser que existan entre ellos diferencias en el grado de la llamémosla "apatía democrática" pero el hecho es que representa hoy por hoy una amenaza para el buen funcionamiento democrático.

No es el momento ni el objetivo de esta charla establecer las responsabilidades de los distintos poderes e instituciones representativos en este proceso cuyo resultado ha sido una mala calidad democrática, pero lo que si se puede afirmar es que se trata de responsabilidades compartidas, que estas se reparten por desigual y que no excluyen a ningún poder, tampoco al mediático.

A lo largo de los últimos años, el poder económico ha crecido de forma desproporcionada y sobre todo a costa del poder político y mediático (en este caso, estableciendo primero un control económico y después la primacía de un criterio mercantilista) y, a lo mejor, también un cierto blindaje. Porque si pensamos en los grandes escándalos financieros que han azotado Estados Unidos, o mejor dicho a muchos de sus ciudadanos que se quedaron sin sus ahorros o sin sus pensiones, es cuanto menos curioso que ninguno estallara a raíz de una publicación periódica, sino cuando las empresas decidieron que la situación no era sostenible por mas tiempo.

Es especialmente llamativo el caso de Enron porque sí hubo, más de un año antes de que se conociese públicamente el escándalo, un artículo en el "Texas Journal" cuestionando la contabilidad de Enron y de otras compañías energéticas. Ningún otro medio se hizo eco de esta información. Más tarde inició una investigación el Wallstreet Journal, pero fue tan "lenta" que su publicación coincidió prácticamente con el estallido del escándalo.

A su vez, también el poder político ha intentado aumentar -naturalmente de forma muy sutil- su influencia sobre los medios de comunicación. Cuenta para ello con instrumentos varios que van desde la publicidad institucional hasta la concesión de licencias, permisos, autorizaciones, etc.

Hay un buen ejemplo para ilustrar lo que quiero decir. Se produjo hace unos meses en Estados Unidos. Durante cinco años, se había llevado a cabo una muy ambiciosa y muy costosa campaña antidroga. Sin embargo, a su término, la Administración tuvo que reconocer que su efecto había sido nulo. Que se habían gastado inútilmente millones de dólares de los contribuyentes norteamericanos. Curiosamente, apenas se mencionó el tema en la prensa, tampoco por ejemplo en el New York Times, que normalmente muestra gran sensibilidad hacia este tipo de temas.

Lo que sí se han podido escuchar después algunas voces preguntándose si el "casi silencio" de los medios se debía a que muchos se habían beneficiado de la riquísima tarta publicitaria.

El uso de esta clase de instrumentos de presión se suele alternar con la aplicación de fórmulas más delicadas como son, por ejemplo, el suministro de informaciones a tiempo, antes del tiempo, confidenciales, en exclusiva, en primicia etc. Es un método que utilizan todas las formaciones políticas que se precien. Aunque también es verdad que a veces se pasan con el "tratamiento" de la información. Hay en este sentido, unas declaraciones muy interesantes que hizo hace no mucho Peter Mandelson, ex mano derecha del primer ministro británico Tony Blair y especialista en temas de comunicación quien reconoce

que habían jugado esta baza en exceso y que al final la intoxicación se estaba volviendo en su contra, que estaba reduciendo su credibilidad ante los medios pero más aun ante los ciudadanos.

Quiero completar este apartado con algunos de los datos que reveló una encuesta hecha no hace mucho en toda España con la participación de 125 directores de medios de comunicación, para estudiar la procedencia y eficacia de las presiones que ejercen agentes ajenos a los medios. El 67 por ciento contesto afirmativamente la pregunta del respeto a los intereses de los anunciantes. Los poderes políticos e institucionales son, con el 32,5 por ciento, el principal elemento de influencia externa en la redacción de los contenidos. Además, el 80 por ciento de los directores declara recibir más de una modalidad de presión.

A continuación me gustaría destacar de manera muy resumida, algunos otros aspectos del panorama mediático. Los presento en forma de titulares, algunos provocativos, pero todos son datos que, espero, nos sirvan para un animado debate:

Disponemos hoy en día de más pero no de mejor información.

El exceso de información es un problema, sobre todo cuando se trata de imágenes exentas de explicaciones o valoraciones.

El mayor numero de medios, especialmente audiovisuales, existentes en la actualidad no ha incrementado la pluralidad informativa.

En Estados Unidos, los informativos locales son los espacios de noticias más rentables de las cadenas de televisión. Muestran sobre todo imágenes de violencia y de crímenes.

Está comprobado que cuanto más sangrientas las imágenes, mayor el numero de telespectadores.

Los medios de comunicación escritos siguen siendo de "elite" .

Las grandes empresas periodísticas anglosajonas siguen marcando la agenda informativa mundial.

Establecen reglas no escritas de información "políticamente correcta", por ejemplo el debate sobre Iraq sólo está permitido en términos de demonización (la manipulación en este caso es fácil porque no existen fuentes de contraste).

En estados unidos, después del 11 de Septiembre, ha aparecido un nuevo fenómeno de comunicación que podría llamarse "información patriótica" o "patriotismo informativo".

El periodismo está demasiado alejado de los problemas de los ciudadanos.

Y algún comentario acerca de España:

Las direcciones de los medios de comunicación siguen estando masculinizadas.

La precariedad en el empleo y falta de protección (ley de cláusula de conciencia y de secreto profesional siguen sin ser aprobadas por el Parlamento) crean una clase de periodistas jóvenes "domesticados". Mientras la generación periodística de la transición se aferra a todos los puestos de mando posibles y a sus privilegios (muy notables en sus aspectos materiales) defendiendo, a toda costa, su presencia en artículos, tertulias, etc. y, casi da risa, que desde esas plataformas, muchos de estos periodistas veteranos pidan la renovación de todo y de todos, especialmente en política.

Exceso de información política en los medios de comunicación con el agravante de que en muchos casos está mal hecha (abuso de declaraciones, demasiados bustos parlantes, demasiado "equilibrio" partidista). Suele ser de rutina y es -en demasiadas ocasiones- tremendamente aburrida.

Se mezcla muy a menudo información con opinión.

Estoy llegando al final de mi charla. Se que he dibujado un panorama bastante sombrío, sin embargo, no sería honesto por

mi parte pintar unas luces donde no las veo en estos momentos.

Pero también es verdad que las realidades pueden cambiar, que las tendencias pueden tomar una dirección no prevista ni previsible en el presente y que, en todo caso, el futuro del mundo mediático no está escrito todavía.

Para ello son importantes todos los factores, han de influir todas las aportaciones, también las que quiero relatar a continuación que son dos casos esperanzadores del buen hacer periodístico, de valentía y de compromiso con la sociedad. Sin duda habrá otros casos pero yo quiero hablar de estos dos porque la actualidad los hace especialmente interesantes.

El primero nos lleva a Israel, donde Amira Hass, periodista judía del prestigioso diario "Hartes" decidió hace ya bastante tiempo irse a vivir al territorio de la autoridad palestina, concretamente a Ramallah. Ella, según dice, necesitaba tener conocimientos de primera mano para entender la sociedad sobre la que iba a escribir. Y también para poder informar desde el mismo corazón del conflicto entre israelíes y palestinos.

Ahora, ella vive en un bloque de viviendas en la mencionada ciudad palestina, sus vecinos allí son palestinos, ella está expuesta a los mismos peligros y amenazas que muchos de ellos, sufre las mismas penurias y, en situaciones especialmente tensas de ocupación militar y actos terroristas, se ha encontrado con la incomprensión y actitudes agresivas de ambos bandos.

Desde que se ha instalado en Palestina, ella ha conseguido una red de amplios contactos que le permiten elaborar informaciones más completas que los habituales partes de guerra o de sucesos. Le han dado acceso a fuentes palestinas normalmente reacias a hablar para medios israelíes y que le han hecho ver la otra cara del conflicto palestino, su parte humana o mas bien inhumana. Su crueldad, su penuria, su miseria, etc.

Ella se sigue sintiendo cien por cien judía, no se ha convertido en abogada de la causa palestina sino en enemiga de la ocupación israelí. Escribe con objetividad lo que su situación "privilegiada" le permite: denuncia la destrucción y las muertes, las humillaciones y el terror, habla de la desesperación y tristeza de los padres de muchos suicidas palestinos aunque en público hayan manifestado su satisfacción y orgullo por el sacrificio de sus hijos. O intenta explicar los sentimientos de los palestinos cuando observan como colonos israelíes llenan sus piscinas mientras ellos sufren severas restricciones de agua.

Sus artículos no están bien vistos ni por el Gobierno israelí ni por los responsables de la autonomía palestina, reciben en muchas ocasiones una contestación crítica o de rechazo. Pero ella sigue escribiendo lo que cree que sus lectores deben saber.

Sabe que sus reportajes son incómodos, especialmente cuando relatan los sufrimientos del pueblo palestino, el fanatismo de muchos de sus dirigentes o, cuando se hacen eco de actos de brutalidad y extrema injusticia cometidos en muchas ocasiones por fuerzas militares israelíes.

Pero también sabe que en todo momento puede confiar en los responsables de su periódico. Para ellos, por encima de la incomodidad, de las presiones o de las protestas, está el derecho del ciudadano a estar informado, tanto de lo que quiere saber como de lo que debería saber.

El otro caso tiene como protagonista a uno de los periodistas más conocidos de Estados Unidos. Lleva presentando desde hace más de 20 años el informativo nacional de una de las tres importantes cadenas de televisión y su labor periodística siempre se ha distinguido por su profesionalidad y objetividad.

Por eso sorprendió cuando, después del 11 de Septiembre, apareció presentando las noticias de la noche con un pin de la bandera americana en la solapa. Lo hizo durante varias semanas con la aparente finalidad de demostrar su total solidaridad con la causa americana.

Pasados unos meses, exactamente a finales de mayo de este año, hizo unas declaraciones a la prensa británica que llamaron muchísimo la atención. Admitió que adoptó su actitud posterior a los atentados de Nueva York y Washington por miedo a parecer antipatriótico, igual que hicieron muchos otros periodistas al renunciar a hacer preguntas duras a los responsables de la Administración norteamericana.

Fue crítico con su propia actitud de dejarse contagiar primero del clima generalizado de patriotismo para después ejercer una especie de autocensura: "yo se que preguntas tengo que hacer ¿pero sabe que ? No creo que sea el momento apropiado para formularlas..."

En relación con la guerra de Afganistán, criticó duramente a la Casa Blanca que, en su opinión, era responsable de la falta de información. "Nunca", dijo, "ha habido una guerra americana, ni grande ni pequeña, con un acceso a la información tan limitado como ésta. Es un hecho sumamente peligroso y no debería ser aceptado."

Concluyó sus declaraciones diciendo que su concepto de patriotismo era diferente del de la Administración americana. "Levantarse, mirarles a los ojos y hacer las preguntas que ellos no quieren escuchar, no es antipatriótico, sino todo lo contrario".

Los dos casos que acabo de relatar me impresionaron mucho. Son muestras de un periodismo independiente y digno que, justo es decirlo, no es que abunde precisamente en los tiempos que corren. Sería deseable que hubiera muchos más casos como estos.

Porque hoy en día, el buen trabajo periodístico, es quizás el único valor que podemos contraponer a la cada vez más fuerte influencia en las empresas de comunicación de unas reglas crecientemente mercantilistas.

Precisamente por este motivo debería ser un objetivo común la creación de un clima propicio para que los periodistas puedan ejercer su profesión con libertad e independencia. Y todos

podemos contribuir a alcanzarlo, por ejemplo con nuestra crítica a informaciones o reportajes sectarios, a noticias sesgadas - y tan malo es que se deslicen hacia la derecha como hacia la izquierda-, con nuestro rechazo a opiniones abiertamente sometidas a los distintos poderes de turno.

Pero también una buena formación de los jóvenes periodistas que les inculque criterios de independencia o la aprobación de una legislación acerca de la cláusula de conciencia o del secreto profesional, son elementos importantes para el desarrollo de un buen periodismo que, además, tendría que ser capaz de resistir a presiones o censuras por muy fuertes o sutiles que sean.

Nosotros, como lectores, oyentes o telespectadores, deberíamos ser exigentes con la profesión periodística y, al mismo tiempo, ejercer un papel no de meros consumidores de información sino de interlocutores y vigilantes activos de los medios de comunicación. Hay ejemplos en otros países donde estos se encuentran bajo un cierto escrutinio de la opinión pública. En Estados Unidos existe esta práctica desde hace mucho tiempo (hay encuestas periódicas para evaluar la calidad de cobertura que ofrecen de determinados eventos, revistas especializadas, numerosísimos libros, comentarios y artículos críticos, etc.).

No es gratuito lo que estoy diciendo.

El trabajo de los medios y lo que este significa como servicio a la sociedad y como aportación a una democracia saludable es importante para todos y cada uno de nosotros.

La libertad de prensa no es sólo la libertad de los medios, es sobre todo nuestra libertad, la de todos los ciudadanos. El futuro de los medios de comunicación condicionará también nuestro futuro y, por lo tanto, debemos prestarle la máxima atención.

Termino como he empezado, dando las gracias, esta vez por vuestra paciencia.

Muchísimas gracias.