

¿No informar correctamente –a sabiendas– sobre corrupción es corrupción o presunto periodismo?

Fecha de recepción, 27 de septiembre de 2016

La prensa ha dimitido parcialmente de su función social: controlar al poder. La mayoría de medios de comunicación de masas informa sobre los escándalos de corrupción de manera partidista y sectaria, sin ofrecer un relato completo que permita entender la dimensión y raíces de un fenómeno que daña seriamente a la democracia. Por otro lado, el propio periodismo necesita regenerarse y desterrar las malas prácticas para recuperar la credibilidad perdida.

«**M**uchos sabíamos que había cosas que no iban bien. Olíamos a corrupción pero no la investigábamos. El control político sobre los medios de comunicación, públicos y privados, era muy elevado. Más o menos como hoy», admitió en 2014 Lluís Foix,¹ director y director adjunto de *La Vanguardia* durante buena parte del mandato del presidente catalán Jordi Pujol. «Aquí había un oasis de aguas igualmente putrefactas, una fosa séptica perfumada, un silencio clamoroso por parte de todos. Si Pujol escribía una entrevista, toda entera, con preguntas y respuestas, se había de publicar sin tocar ni una coma. [...] Un día decidí no firmar la entrevista en *La Vanguardia* que él mismo había escrito de arriba abajo. Puse ‘declaraciones recogidas por este diario’. El silencio de Pujol duró varios meses. Estaba castigado».

Magda Bandera,
directora de la
revista *La Marea*

El modo en que la prensa catalana informó –o, mejor dicho, no informó– sobre el 3% que supuestamente habían estado pagando durante años las empresas constructoras al partido de Pujol para lograr concesiones de obra

¹ Extracto del artículo de Ll. Foix, «Aquellas xocolatades en el Pati dels Tarongers», *Foixblog*, disponible en: <http://www.foixblog.com/2015/04/23/aquelles-xocolatades-al-pati-dels-tarongers/>

pública sigue siendo una mancha difícil de aclarar. En 2005, el entonces *president* Pasqual Maragall acusó a Convergència i Unió (CiU) de tener “un problema con el 3%”. Hasta entonces, ese tema había sido un tabú, solo roto por Josep Lluís Carod-Rovira, líder de Esquerra Republicana de Catalunya (ERC).

Tras uno de los debates parlamentarios más virulentos vividos en el oasis catalán, no pasó nada. Maragall rectificó poco después ante la amenaza de que Artur Mas no le ayudara a aprobar la reforma del Estatut. Por su parte, la prensa siguió callada varios años más, hasta que la veda se abrió parcialmente cuando el propio Pujol se vio obligado a dar explicaciones sobre sus cuentas en el extranjero. Lo hizo en una carta que supuso un *shock* para buena parte de la sociedad catalana, a la que le costó asumir que el líder espiritual del catalanismo y su clan familiar habían estado fingiendo durante décadas. Lo peor vino después, la “confesión” era tan solo un aperitivo.

Más dramática resulta, en términos humanos, la trayectoria de los extrabajadores de Canal 9, la televisión pública valenciana. En noviembre de 2013, cuando el cierre de la cadena era inminente, sus todavía periodistas pidieron perdón por la cobertura que habían realizado del accidente de metro que el 3 de julio de 2006 costó la vida a 43 personas. Culparon del silencio informativo y de la manipulación al despacho del Palau de la Generalitat:

Canal 9 tuvo una actitud indigna para una televisión pública, que debería haber estado al lado de sus ciudadanos. Las órdenes para silenciar aquellas voces, para no entrar en la investigación, para acallar muchas cosas, salieron de un despacho, el del Palau de la Generalitat, del mismo despacho del que ayer salió otra orden: la de quitarnos estos micrófonos y estas cámaras.²

El 30 de mayo de 2016, Lluís Motes, jefe de informativos de Canal 9 cuando se produjo el accidente, también se disculpó ante los familiares de las víctimas durante su comparencia en la comisión de investigación de las Cortes Valencianas: “Quiero pedirles perdón porque no fuimos los mejores, no hicimos el mejor trabajo y, en cambio, lo hicimos lo mejor posible”. Pese a todo, dijo “no admitir lecciones de periodismo” de los diputados de la comisión. “Ustedes no me aceptarían que les dijera cómo hacer política”, sentenció quien definió el cargo de responsable de informativos como “un potro de tortura y, si es en una televisión pública, más aún”.

Las “confesiones” de los periodistas citados ayudan a entender por qué el colectivo al que pertenecen se halla entre los profesionales peor valorados por la ciudadanía, según las encuestas del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS). En junio de 2016, le concedían 6,16 puntos sobre 10, y solo los militares estaban peor vistos.

² Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=VdmKreMl1A0>

Asimismo, el 63,8% de las personas entrevistadas por el CIS situaba la corrupción entre sus principales problemas en noviembre de 2015. Seis meses después, lo consideraba del mismo modo el 50,8% de la población. Al mismo tiempo, seguía acentuándose el hartazgo generalizado entre ciudadanos que dicen sentirse saturados e incapaces de absorber más información sobre casos de corrupción, sobre todo tras comprobar que apenas nadie asume responsabilidades por haberlos cometido.

Para entender este fenómeno, convendría analizar las consecuencias de la falta de un relato sobre la corrupción en los medios de comunicación. La prensa suele publicar noticias al respecto de manera “aislada”, sin contexto, de un modo que recuerda a los distintos discursos oficiales, empeñados en convencer a la población de que el expolio de las arcas públicas se debe, esencialmente, a unas cuantas manzanas podridas difíciles de controlar. A menudo, las informaciones se presentan como una serie de anécdotas más o menos morbosas, como ocurre con las tarjetas *black* de Caja Madrid o los excesos de la exalcaldesa de Valencia Rita Barberá y sus compañeros de partido. Por el contrario, ese relato debería explicar cómo y por qué el sistema permite que algunas instituciones y formaciones políticas funcionen en la práctica como organizaciones criminales.

El modo en que se está informando sobre corrupción en este país está generando efectos muy nocivos para la salud democrática de la ciudadanía

«Cualquier sociólogo extranjero que viera tal acumulación de escándalos y tal grado de hartazgo entre la opinión pública podría augurar un terremoto electoral contra los gobernantes corruptos en las elecciones. Nada más lejos de la realidad»,³ constataba el politólogo Lluís Orriols en un artículo publicado a principios de 2013. «Para entender esta apatía, el experto en análisis electorales recuerda que «es conocido que en España (al igual que en otros países del sur de Europa) existe una estrecha complicidad entre los medios de comunicación y los intereses partidistas. Esto provoca que los quioscos de nuestro país contengan una oferta mediática con un elevado sectarismo político».⁴

Orriols considera que el panorama mediático del país se asemeja a una «guerra de trincheras», lo que genera un alto grado de cinismo político hacia los escándalos de corrupción. Cuando un periódico destapa un escándalo de corrupción suele ser recibido por la otra trin-

³ Ll. Orriols, «Corrupción y guerra de trincheras mediática», *Eldiario.es* (Piedras de papel), 1 de febrero de 2013 [disponible en: http://www.eldiario.es/piedrasdepapel/Corrupcion-guerra-trincheras-mediatica_6_96300411.html].

⁴ *Ibidem*.

chera como una estrategia interesada, que tiene como única intención el descrédito o la difamación del adversario por cuestiones estrictamente políticas. Esto provoca que los ciudadanos (tristemente atrincherados en alguno de los bandos) se tomen con altas dosis de cinismo los escándalos publicados en los periódicos rivales». ⁵

¿Cómo hemos llegado hasta aquí?

«La facultad individual de los ciudadanos de publicar sus pensamientos e ideas políticas es, no solo un freno de las arbitrariedades de los que gobiernan, sino también un medio de ilustrar a la Nación en general, y el único camino para llevar al conocimiento de la verdadera opinión pública», recoge el preámbulo del decreto de 10 de noviembre de 1810, el primero sobre libertad de imprenta en España. El mensaje sigue inculcándose en las facultades de Periodismo, donde se insiste en que la función social de este oficio es vigilar al poder. Sin embargo, como se puede comprobar con los casos antes mencionados, son muchos los periodistas que “dimiten” de sus obligaciones y/o violan los códigos deontológicos que regulan su ejercicio.

Como también se ha visto, el modo en que se está informando sobre corrupción en este país está generando efectos muy nocivos para la salud democrática de la ciudadanía. Llegados a este punto, cabe hacerse una pregunta: ¿No informar correctamente a sabiendas sobre la corrupción es corrupción?

Antes de iniciar un debate al respecto, puede ser útil establecer paralelismos de carácter filosófico entre los principales delitos y conductas asociados a la corrupción política –cohecho, prevaricación, tráfico de influencias, malversación, puertas giratorias...– y algunos comportamientos que se observan hoy en la prensa española. También vale la pena reparar en una frase muy repetida en el gremio: “perro no come perro”.

Como ocurre en otros sectores, los periodistas no suelen denunciar las malas prácticas de sus compañeros. Sin entrar a valorar ahora desde un punto de vista ético qué implica ser “corporativista”, convendría recordar una vez más que los objetivos de esta profesión incluyen denunciar todo tipo de abusos y llamar a las cosas con el nombre más preciso. Y un perro-periodista que manipula, no informa con rigor y honestidad o, directamente, desinforma de forma deliberada no es un perro-periodista, sino otra cosa bien distinta.

Muestrario de malas prácticas

Las filtraciones interesadas –todas lo son– cuentan hoy con nuevos canales para su difusión. Con la crisis de la prensa escrita se ha multiplicado el número de medios de comuni-

⁵ *Ibidem.*

cación, y los espacios televisivos dedicados a la política-espectáculo se emiten en horario de máxima audiencia, sobre todo desde la irrupción de nuevos partidos en el ámbito estatal como Podemos y Ciudadanos. Para estos programas, las acusaciones cruzadas son un valioso material que se estira y recicla sin cesar. En este contexto, es importante tener en cuenta la batalla que desde hace años libran entre sí dos bandos policiales bien conocidos por los periodistas especializados en este tipo de asuntos.

Las filtraciones interesadas cuentan hoy con nuevos canales para su difusión

Pocos días antes de las elecciones generales del 26 de junio de 2016, se hicieron públicas las conversaciones entre el ministro del Interior en funciones, Jorge Fernández Díaz, y el jefe de la Oficina Antifrau de Catalunya, Daniel de Alfonso. En las grabaciones, que fueron filtradas al diario *Público*, puede oírse cómo ambos hablan de manera explícita de destruir la carrera política de sus “enemigos”, en este caso independentistas catalanes. Para ello, tal como se desprende de la charla, contaban con periodistas de confianza. Entre los políticos mencionados, destaca el exalcalde de Barcelona, Xavier Trias, quien se querelló contra *El Mundo* tras publicar este medio la noticia falsa que le asignaba la propiedad de una cuenta en Suiza desde la que se decía que había transferido 12,9 millones de euros a un banco andorrano.

El juez José Emilio Coronado, tal como recoge el periodista Ernesto Ekaizer en el diario *Ara*, hizo una descripción detallada de cómo se compuso la intoxicación mediática:

Según fuentes judiciales, la información llegó al diario porque la policía y la UDEF [Unidad de Delincuencia Económica y Fiscal] querían que la Fiscalía Anticorrupción abriera diligencias contra el alto cargo de Convergència. Según estas fuentes, la filtración buscaba añadir presión al ministerio fiscal para que diese el paso. La Fiscalía lo hizo en paralelo a la querrela de Trias, y pocas semanas después dio por cerrado el caso al confirmar que no había ninguna cuenta. La demanda del exalcalde, en cambio, siguió adelante. En el auto, el juez Coronado desmonta la versión de los periodistas y los critica con dureza [...]. ‘Aunque fuera verdad que tuvieran acceso al informe policial, esto no los autoriza a publicar la información, ya que no estaba contrastada’. Coronado recuerda que tanto Trias como UBS negaron los hechos posteriormente, y después la Fiscalía Anticorrupción lo corroboró. ‘Archivó el caso a finales de noviembre de 2014 [...] por entender que no había suficientes elementos para seguir adelante. Por lo tanto, resulta claro y evidente que la información no estaba contrastada por ninguna fuente oficial. Si hubiera sido contrastada, como aseguran los investigados, la Fiscalía habría formulado una querrela criminal en la Audiencia Nacional. [...] En definitiva, los investigados pudieron tener

acceso al informe pero no constataron su veracidad y lo dieron por bueno sencillamente por venir de la policía'.⁶

Versiones oficiales y puertas giratorias

El escándalo de las grabaciones al ministro Fernández Díaz habría provocado su dimisión inmediata en la mayoría de nuestros países vecinos. Sin embargo, en España llegó a ser defendido por aquellos tertulianos de televisión profesionales que se limitan a repetir en los platós argumentarios y versiones oficiales. Algo que no ven cuestionable en absoluto algunos periodistas, como el exjefe de informativos de Canal 9. Cuando se le preguntó en las Corts Valencianes por qué solo se emitió la versión oficial sobre el accidente de Valencia, Lluís Motes respondió que “en una televisión pública, la versión oficial es la única a la que te puedes agarrar y quien tiene que dar las explicaciones es la Administración”. Según este periodista, otra razón para hacerlo es que “había un criterio de la dirección que era no alarmar a la población”.

Ese sentido de la responsabilidad es el mismo que alegaron los principales directivos de grandes medios de comunicación para explicar por qué difundieron sin matices la versión de los hechos del presidente José María Aznar sobre los atentados del 11M de 2004, en Madrid. Alguno de ellos siguió alargándola durante años, buscando presuntos “agujeros negros” en la investigación con objetivos –y resultados– vergonzosos.

Los apagones informativos, difundir rumores e ignorar versiones de los hechos intencionadamente, son prácticas que contribuyen a que la prensa sea tan sectaria como la describe el politólogo Lluís Orriols. A menudo, resulta incluso esperpéntica. En este sentido, es difícil superar el episodio protagonizado por Hermann Tertsch en Telemadrid. Con motivo de la huelga general de 2012, el presentador del informativo *Diario de la noche* grabó su crónica valorando la jornada antes de que esta comenzase. La circunstancia temporal no fue obstáculo para que la entonces estrella de la televisión pública madrileña afirmase lo siguiente: “Buenas noches a todos, una huelga general habían convocado los sindicatos, pensarán que han cumplido, lo cierto es que España tiene los mismos problemas que hace 24 horas, solo agravados por el descrédito que supone en el exterior una convocatoria de este tipo, más allá del daño por supuesto, el daño económico objetivo que también es cuantioso”. Al ser descubierto, Tertsch admitió los hechos en su cuenta de Twitter: “He grabado cuando el sindicalismo totalitario nos ha dejado. Y verá lo adecuado del comentario. Querían que callara. Pues no”.

⁶ E. Ekaizer, «La falsa cuenta de Xavier Trias: un caso de intoxicación policial y mediática», *Ara*, 10 de mayo de 2016 [disponible en: http://www.ara.cat/es/ernesto-ekaizer-falsa-cuenta-trias-intoxicacion-mediatica_0_1574242765.html].

Otros ejemplos de lo que podríamos denominar “informar mal a sabiendas” tienen que ver con la rectificación de las noticias falsas. Suele hablarse de “pena de telediario” para describir la exposición mediática a la que se ven sometidas algunas personas, en su mayoría políticos, a las que se les atribuye –siempre presuntamente– algún delito amparándose en informes internos de agentes de policía. Tiempo después, si han llegado a ser juzgados y absueltos, los protagonistas de las informaciones no gozan de la misma repercusión, a no ser que cuenten con una sentencia judicial que exija la rectificación pública.

Por último, y aunque resulta mucho menos grave, es interesante reparar en una mala práctica cada vez más habitual en el contexto de crisis económica y de modelo que padecen los medios de comunicación, en los que se han reducido de modo considerable los ingresos publicitarios y se buscan nuevas fórmulas de financiación. Contar con una comunidad que esté dispuesta a pagar por contenidos en los medios digitales es una tarea complicada. Buena parte de sus integrantes ha crecido en la era de internet, en la que es fácil encontrar información “gratis”. Llamar su atención y convencerles de que es necesario que contribuyan económicamente a la sostenibilidad del medio requiere un gran esfuerzo. Lograr que mantengan su interés a medio plazo y que renueven sus suscripciones no es más sencillo.

Cada vez más periodistas hablan del “efecto Blancanieves”, por el cual los lectores solo quieren ver en sus medios de referencia aquellas informaciones que coinciden con su visión del mundo. Contrariar esa voluntad provoca virulentas reacciones –sobre todo en redes sociales– de quienes se sienten indignados y amenazan con retirar su apoyo económico si se da voz a determinadas personas o ideas. Si los responsables de contenidos obedecieran a dichas presiones a la hora de proponer o descartar entrevistas, o publicar noticias sobre corrupción que afectan a la sensibilidad de su comunidad, estarían informando mal a sabiendas y practicando lo que siempre se ha conocido como autocensura.

Regalos que salen muy caros

De vez en cuando, a los periodistas nos preguntan de qué manera empresas y políticos intentan comprarnos, sobornarnos o agradecernos los servicios prestados. Es entonces cuando hablamos de “pesebres”, es decir, viajes organizados, comidas y otros regalos más o menos tangibles. En un medio de comunicación, hay secciones más propensas que otras a recibir productos promocionales, pero siempre es fácil establecer dónde están los límites y qué uso hay que hacer de esos materiales, una vez se han probado y publicado las críticas o reseñas pertinentes. Recientemente, un periodista inglés me explicaba que en su diario los obsequios se guardan en una habitación. Una vez al año, se subastan, y el dinero recolectado se dona a alguna entidad benéfica. En España hay medios que toman precauciones para evitar este tipo de abusos. Algunos exigen por contrato a sus empleados que rechacen

regalos cuyo valor supere una cantidad concreta. Sin embargo, no siempre es fácil controlar que cumplan lo pactado.

La crisis ha complicado la situación. Elaborar un buen reportaje suele exigir muchas horas de documentación, citas con fuentes y, en algunos casos, desplazamientos. Pero hoy día una de las frases más oídas en toda redacción es “no hay presupuesto”, sobre todo en las secciones de Internacional. Para “salir”, muchos reporteros asumen que su única alternativa es aceptar las propuestas que les llegan desde administraciones, empresas y ONG. Según quien invite, las condiciones impuestas serán más o menos explícitas. Para evitar malentendidos y, sobre todo, para ser honestos con los lectores y la profesión, en esos casos es imprescindible dejar muy claro en la información quién asumió los costes de viaje y producción de la misma.

Más difíciles de justificar resultan algunas iniciativas, como la de Iberdrola, que en junio de 2014 invitó a 40 periodistas a viajar al Mundial de Brasil y ver a la selección española con todos los gastos a cuenta de la multinacional. Al ser preguntada al respecto, la compañía eléctrica aseguró que “este tipo de viajes organizados con todos los gastos pagados a periodistas es muy normal en todas las empresas”. Por su parte, la presidenta de la FAPE (Federación de Asociaciones de Periodistas de España), Elsa González, aseguró que su organización no tenía “posición fijada al respecto porque la directiva no ha debatido sobre la oportunidad o conveniencia de aceptar este tipo de invitaciones y la influencia que estas dádivas pudieran tener sobre la independencia profesional”.

Sobre este asunto, el director de Cambio 16, Óscar Abou-Kassem, explica en el libro *Periodismo en reconstrucción*, de Josep Carles Rius, cómo, con la crisis, «se trasladó al periodista la sensación de que con cada gasto que hacía su labor periodística ponía a la empresa al borde de la quiebra. La prueba más triste fue el día posterior al indulto de Alfredo Sáenz, consejero delegado de Banco Santander: casi ningún periódico se atrevió a dar una noticia de esa importancia en portada mientras los directores y subdirectores de las principales cabeceras viajaban ese mismo fin de semana [el indulto se conoció un viernes] al Gran Premio de F1 de Brasil de 2011, patrocinado por el Banco Santander».⁷

El banco presidido hoy por Ana Patricia Botín es copropietario de varios medios de comunicación. El 28 de enero de 2015 compró las portadas de los siete diarios españoles de mayor tirada: *Abc*, *El Mundo*, *El País*, *El Periódico*, *La Vanguardia*, *La Razón* y *20 minutos*. La entidad no quiso revelar la cuantía de esa campaña publicitaria.

La opacidad en las finanzas de los medios de comunicación es, probablemente, el principal obstáculo para asegurar su buen funcionamiento. Pero, si es difícil saber quiénes son

⁷ Extracto en J. C. Rius, *Periodismo en reconstrucción*, Universitat de Barcelona Edicions, 2016, p. 26.

los principales anunciantes de cada medio de comunicación o qué porcentaje de los acuerdos publicitarios exigen difundir “contenido patrocinado”, obtener datos concretos sobre publicidad institucional supone el reto por excelencia por dos motivos. En primer lugar, por su volumen económico. La normativa permite que las comunidades autónomas solo estén obligadas a informar en sus boletines oficiales cuando una campaña supere una cantidad determinada. En el caso de Andalucía, por ejemplo, la cuantía en 2014 eran 30.000 euros.⁸

Los casos de puertas giratorias entre periodistas y políticos son más habituales de lo que podría parecer a simple vista

En segundo, y sobre todo, por su naturaleza, tal como recuerda el profesor de Periodismo en la Universidad de Valencia Francesc-Andreu Martínez Gallego,⁹ los medios privados y públicos deben actuar como “perros guardianes de la democracia”. El conflicto se produce cuando los perros son “alimentados” por aquellos a quienes deben vigilar. Analizar el tratamiento que los medios “subvencionados” dan a los casos de corrupción protagonizados por las formaciones que se anuncian en sus espacios es un ejercicio tan recomendable como desalentador.

Hablar de ello abiertamente es uno de los grandes tabúes de la profesión. Al preparar un reportaje sobre publicidad institucional encubierta, uno de los jefes de prensa consultados por esta periodista contestó sorprendido: “¿No querrás abrir ese melón?” Fue la primera vez que alguien me recordaba que los “perros no comen perro”. Otro periodista entrevistado, que también quiso mantenerse en el anonimato, admitió que su medio sobrevive, en la más absoluta precariedad, gracias a la publicidad institucional. “Es una práctica generalizada”, agregó.

Puertas giratorias

La cosa se complica aún más si observamos que los casos de puertas giratorias entre periodistas y políticos son más habituales de lo que podría parecer a simple vista. Francisco Marhuenda, director de *La Razón*, es un gran ejemplo. Invitado fijo en las principales tertulias del grupo Atresmedia, en las que destaca por su defensa incondicional del presidente

⁸ M. Bandera, «La Junta de Andalucía contrata propaganda encubierta como información», *lamarea.com*, 24 de diciembre de 2014 [disponible en: <http://www.lamarea.com/2014/12/24/la-junta-de-andalucia-contrata-propaganda-encubierta-como-informacion/>].

⁹ F. A. Martínez Gallego, «Medios de Comunicación y escándalos de corrupción en España», *OBETS Revista de Ciencias Sociales*, Vol. 8, núm 1, 2013, pp. 99-126.

Mariano Rajoy, fue su director de gabinete cuando este era ministro de Administraciones Públicas.

Las malas prácticas periodísticas impiden que la prensa cumpla con su condición de "cuarto poder" o "perro guardián" contra la corrupción

También el exsecretario general del PSOE Alfredo Pérez Rubalcaba ha dado el salto al periodismo. En septiembre de 2016 se integró en el consejo editorial del diario *El País*, con el que siempre ha mantenido una estrecha relación, como puede comprobarse en su hemeroteca. En sentido contrario, destacan Albano Dante-Fachín y Marta Sibina, editores de la revista *Cafè amb llet*. Tras denunciar en un video varios casos de corrupción en la Sanidad catalana, fueron acusados de atentar contra el honor de los protagonistas de su información y, en el año 2012, se les condenó a pagar una multa de 10.000 euros. Finalmente, tras recurrir la sentencia, fueron absueltos en 2014. Un año después, se pasaron a la política y ahora son diputados de Podemos en el Parlamento catalán y en el Congreso de los Diputados, respectivamente.

Algunas conclusiones

Las malas prácticas periodísticas analizadas, que tanto se asemejan a las que se cometen en el ámbito de la política, merecen especial atención precisamente porque impiden que la prensa cumpla con su condición de "cuarto poder" o "perro guardián" contra la corrupción. Por suerte, en los últimos años también hay motivos para la alegría. Muchos de los nuevos medios nacen ligeros de equipaje y se deben en exclusiva a sus suscriptores. Por ello, si logran ser sostenibles sin caer rehenes del "efecto Blancanieves", podrán dedicarse a hacer periodismo y a denunciar los casos de corrupción, indistintamente de quienes los protagonicen, ya sean multinacionales, la Casa Real o partidos políticos más o menos afines.

En definitiva, la salvación pasa por "volver a los orígenes", como concluye Josep Carles Rius, exdecano del Col·legi de Periodistes de Catalunya. Es decir, por ejercer el periodismo riguroso y de investigación, el único que realmente existe y tiene sentido. Aun así, puede que a estas alturas no sea suficiente para recuperar la credibilidad perdida como colectivo. Los medios de comunicación deben regenerarse y practicar la transparencia que exigen. Es fundamental que expliquen la procedencia de sus recursos económicos con el máximo detalle, no como un mero ejercicio estético o propagandístico. La ciudadanía demanda cada vez más conocer quiénes son los principales anunciantes de los distintos medios de comunica-

¿No informar correctamente sobre corrupción es corrupción o presunto periodismo?

ción, y precisar cuestiones como el volumen de ingresos que proviene de instituciones públicas, o de becas concedidas por fundaciones que se autodefinen como filantrópicas. También piden saber qué porcentaje corresponde a “contenido patrocinado”.

Asimismo, es importante condenar públicamente los impedimentos para informar correctamente, desde ruedas de prensa en pantallas de plasma hasta aquellas otras que no admiten preguntas, pasando por las que son monopolizadas por periodistas cuyas preguntas podrían haber sido redactadas por los jefes de prensa de los comparecientes.

Es necesario que inventemos nuevas formas de cooperar y de unirnos para dignificar la profesión y posibilitar que esta se ejerza en libertad, sin presiones externas ni leyes mordaza que suponen toda una amenaza para los medios más vulnerables y críticos.

Por último, es imprescindible no confundir esa deseable cooperación con el corporativismo mal entendido y comprender, de una vez por todas, que no hay corrupción pequeña, ni ajena ni propia. Cada cual es libre de decidir si se somete al “perro no come perro”. Pero si este último no es realmente un perro y lo encubrimos, nos convertiremos en su cómplice y también nosotros dejaremos de ser verdaderos perros (guardianes).