

Discurs del Prof. Iñaki Gabilondo
en el solemne acte de la seua investidura
com a doctor *Honoris Causa*

València, 3 de febrer de 2012

2012

VNIVERSITAT
D VALÈNCIA

Índex

- 5 DISCURS PRONUNCIAT EN EL SOLEMNE ACTE DE LA
INVESTIDURA COM A DOCTOR *HONORIS CAUSA*
- 17 DISCURSO PRONUNCIADO EN EL SOLEMNE ACTO DE LA IN-
VESTIDURA COMO DOCTOR *HONORIS CAUSA*

L'HONOR QUE EM FA AQUESTA UNIVERSITAT M'ACLAPARA. La seua història, el seu prestigi, la immensa saviesa concentrada ací pesen tant, que només la seua generositat ha pogut trobar un plec que pugua acomodar la simple vida professional d'un periodista. Suppose, però, que la seua decisió té una amplitud major que el reconeixement personal. Si més no, així ho entenc. I, en tot cas, així ho rep. En nom de la ràdio, en nom dels companys i companyes que en les últimes dècades, des de l'arribada de la democràcia, han transformat un mitjà només popular, càlid i familiar en una referència social i política de primer ordre, sense perdre la seua condició de mitjà popular, càlid i familiar. Sí que forme part d'aquesta generació, i em sent molt orgullós d'haver contribuït al seu ascens a la primera divisió informativa. Però vam ser molts. I és un honor representar-los avui en aquest acte.

Us podria contar amb prou detall el que s'ha esdevingut aquests últims quaranta anys en el periodisme espanyol. Però no sóc capaç d'intuir-ne ni tan solament les pròximes etapes. Aquesta activitat, igual que totes les altres, viu sota el llamp de la crisi. Però, a més, és afectada directament per l'impacte de les noves tecnologies, que han posat al caire de l'abisme el model de negoci en què se sustentava històricament. Aquesta doble sotragada està tenint repercussions econòmiques molt greus, com sabem. Però, tot i que això se sap menys, també està afectant la substància mateixa de la comunicació, des del moment en què tota l'energia de les empreses, i quasi tota la creativitat dels seus directius, van adreçades obsessivament a intentar quadrar els comptes. N'és la conseqüència paradoxal que els mitjans passen el dia comptant, comptant nombres, anunciants, espectadors, lectors, oients; però a penes tenen temps per pensar què cal contar, i per què, i com. D'aquest desequilibri deriven molts disbarats que observa la societat en alguns mitjans de comunicació i que corren el risc de ser acceptats com a veritats professionals.

Si perdre el nord és perillós en qualsevol circumstància, ho és més quan, com ara, vivim canvis incessants i vertiginosos. Tot va tan de pressa que quasi ens sembla imaginable la velocitat a què viatgem per l'espai, a cent mil quilòmetres per hora. I estem tan atordits que quasi percebem el nostre moviment sobre l'eix de la Terra, a quatre-cents metres per segon. No són dades més difícils de creure que el creixement

exponencial de la població mundial. Avui naixeran 219.000 xiquets; demà, altres 219.000; i l'altre, altres tants; i l'altre... I en territoris als quals no prestem l'atenció deguda – la tecnologia, la informàtica, la biologia, la genètica, la intel·ligència artificial, la medicina–, s'hi estan fent passos que transformaran el nostre món, la nostra societat, la nostra ment. Tot això, a més, en un planeta que ja no té portes ni finestres. La globalització permet la circulació de tots els vents en totes direccions, cosa que provoca una infinitat de remolins que han desestabilitzat les nostres estructures i el que quedava de les nostres certeses. Sobre aquest onatge ha anat apareixent un monstre, un superpoder financer, davant el qual –si més no fins ara– s'estan inclinant les democràcies, al mateix temps que les nacions, referència europea de llar des de fa dos segles, cedeixen sobirania a embrions d'estructures superiors. No sé si, afegit al que s'ha dit o com a conseqüència del que s'ha dit, per compondre la tempesta perfecta, esclata la crisi. Ignasi Ramonet, director de *Le Monde Diplomatique*, parla d'un "feix de crisi", econòmica, cultural, educativa, moral, que ensopeguen les unes amb les altres, s'enreden, es fan la traveta; però que, en definitiva, són distintes cares d'un mateix poliedre.

No cal donar molts detalls d'aquest procés, que sembla més una al·lucinació. Cadascun de nosaltres l'està vivint. La sociologia i la psicologia estudien amb deteniment aquest temps i els seus estupors. Un estudi universitari elaborat

a París ens va permetre conèixer que un alt percentatge de ciutadans amb mitjans i alts càrrecs de responsabilitat (altíssim en els majors de quaranta anys), tem no estar preparat per gestionar tanta complexitat, dubta de la seua capacitat i creu que avui es requereixen unes destreses que domina a mitges. Una inquietud que cadascú viu en secret, com una mena d'impostura que tracta d'amagar, sense saber que a tothom li passa el mateix.

Així les coses, en territori tan summament relliscós, canviant i incontrolable, l'ofici de periodista s'omple d'interrogants.

Com saber què contar, com saber prou per poder contar, com saber contar?

I, per si això no fóra prou, per a què contar si, aparentment, tot el saber és a la mà amb un simple clic d'ordinador?

Daniel Inerarity, catedràtic de Filosofia Política i Social del País Basc, s'ho planteja en l'últim llibre, *La democràcia del coneixement*: “El saber és a tot arreu. Al nostre abast hi ha més saber del que podem saber.”

Al meu parer, encara que tot sembla convidar-nos a fer les maletes i anar enterrant la professió, el periodisme és i serà més necessari que mai precisament en les circumstàncies actuals. Perquè aquest immens volum de dades al nostre abast ha produït una nova ignorància: la del saber sense entendre, si es pot dir saber del que no s'entén.

D'altra banda, una gran part de la immensa allau informativa proporcionada per la xarxa procedeix de fonts no identificades. Com donar crèdit a allò que té una procedència que desconeixem? La fascinació que ens produeix tanta novetat tecnològica ens ha infantilitzat el cervell. I, en un fantàstic moviment regressiu, atorguem rang de modernitat i llibertat màxima a qualsevol missatge anònim. No deixa de ser paradoxal que, en el moment en què la societat exigeix més garanties a tot el que l'afecte (per exemple, la traçabilitat de qualsevol aliment que s'endú a la boca, des del prat en què va pasturar el bestiar fins a la granja en què van criar els ocells), pugui considerar indiferent el punt d'origen d'allò que té capacitat per determinar les nostres opinions. Reclamaríem el descontrol alimentari en nom de la llibertat?

La solvència, un valor molt reconegut socialment, ho serà més cada dia. Els ciutadans la demanaran en defensa pròpia. Siguen com siguen els nous suports, canvie el que canvie i s'invente el que s'invente, els fonaments han de ser els mateixos que van ser necessaris per construir el vell periodisme. Si de cas, amb una exigència ètica de nivell superior, atès que hem comprovat que, com més complexa es fa la vida social, més creix la desconfiança.

El cinisme, i aquest instint desdenyós que portem de sèrie els espanyols, tendeix a prendre's de broma aquestes invocacions a l'ètica, que creu volutes de fum i res. Doncs bé, apliquem el

màxim realisme: si no se sustenta en principis ètics de gran solidesa, recognoscibles pels ciutadans, qualsevol projecte periodístic estarà condemnat a la irrellevància i es perdrà en la gegantesca cacofonia de les veus inútils. Diguem-ho encara més clar: si no reconstrueix el vincle de complicitat amb la societat, a partir dels seus principis més bàsics, el periodisme morirà. Llavors sí, que morirà i esdevindrà un subgènere de la propaganda, o de la psiquiatria, com la hipnosi clínica, o –en el més lleu dels casos– de l'entreteniment.

Aquests són només alguns dels assumptes sobre els quals hauria de reflexionar el periodisme. Però no ho està fent. Les innumerables anàlisis sobre el futur tracten bàsicament sobre model empresarial, economia i tecnologia. Com si el pas dels anys i el terratrèmol actual no haguera afectat també la substància mateixa de la comunicació i no tinguérem res a repensar sobre la naturalesa d'aquesta activitat, el seu perquè i el seu per a què, la seua responsabilitat social, els criteris que regeixen la nostra selecció i valoració de notícies, els tractaments i els llenguatges. No podem estar tan cecs per no veure que, per desviacions mercantils, polítiques, rutines, o per simple efecte de la supèrbia, ens hem anat allunyant de l'únic principi periodístic indiscutible, mentre convertíem la llibertat d'expressió en un parapet des del qual disparar amb impunitat. He d'explicar quin és aquest principi periodístic indiscutible: som simples gestors públics (fins i tot des de l'empresa privada), com administradors del dret ciutadà a la

informació. El compromís amb la societat està en l'essència del periodisme, en el seu substantiu. La rendibilitat i la ideologia estan en la substància de l'empresa periodística. La història ha demostrat que poden ser compatibles. Però la crisi present ha enviat les inquietuds periodístiques al fons del soterrani. Els més joves, fins i tot, criats en aquesta cultura del *resultatisme*, de la desesperació comptable, i immersos en la mitificació de l'èxit, creuen sentir música gregoriana quan se'ls parla de l'imperatiu categòric dels periodistes: el dret a la veritat dels oients, lectors i espectadors. Havia d'explicar aquest principi periodístic indiscutible. També he dit que, a vegades, convertíem la llibertat d'expressió en un parapet des del qual disparar amb impunitat. Això, però, no tinc cap necessitat d'explicar-ho.

La gamma temàtica per a un examen a fons del nostre ofici és amplíssima. Oferim només tres exemples d'allò que mereixeria meditacions profundes. Primer: la dessincronia entre els temps de la justícia i els temps del periodisme. Com fer compatible l'exercici informatiu –que es juga en minuts– amb el desenvolupament dels processos judicials –que el garantisme exigible obliga a terminis llargs. Com pot sobreviure la presumpció d'innocència? I el secret de sumari? És possible segellar determinats àmbits o és impossible sostraurer-ls a la curiositat pública? Com s'ha de comportar el periodisme modern?

Segon exemple: per què contem el que contem i no cap altra cosa? Per què, dels milions de fets esdevinguts avui, tots els programes informatius seleccionen, aproximadament, els mateixos dotze o quinze? Quan va ser l'última vegada que hi vam pensar? Què, qui o per què ha elevat a dogma el joc de rutines que apliquem?

I tercer exemple: es pot relatar la complexitat en els mitjans de comunicació de massa? El ritme accelerat de vida, la pressa, el consum compulsiu de tot, també de la informació, ens empeny a la simplificació, a la màxima brevetat, al titular, al flaix; la batalla amb la competència ens esmola i ens força al més agut i punyent. L'impacte no busca la raó, l'esquiva. Què fem amb el que és complex? (quasi tot ho és). I què fem sense els matisos, sense els quals no és possible acostar-se a la veritat?

Heus ací alguns dels molts territoris als quals hauríem d'enviar expedicions d'exploració a fi que, quan les empreses hagen descobert les noves vies de comercialització del periodisme, aquest encara siga viu. Ara com ara, aquesta mena d'assumpes no figura en les nostres preocupacions. Només la política actua tan d'esquena a la realitat, repetint rutines susceptibles de corcar-se, si no s'han corcat ja. No és una dada menor que ambdues activitats –el periodisme i la política– siguen jutjades pels ciutadans amb una severitat creixent. Acusades del mateix delictes: haver-se distanciat de la gent, justificar-s'hi però no tenir cap més objectius que

els del gremi, de l'empresa, del partit. Als uns i als altres ens aniria bé recordar que l'iceberg que el capità del *Titanic* no va veure és per a nosaltres el descrèdit. I que el descrèdit ja ha provocat algunes fissures en la nostra línia de flotació. Seria absurd exagerar, però seria temerari ignorar-ho. Per relaxació ètica hem perdut respectabilitat. I per devaluació tècnica viatgem cap a la banalitat en comptes d'anar cap a l'excel·lència.

Naturalment, tot el que el periodisme farà o deixarà de fer dependrà del valor que la societat concedisca al que és comú. La matèria primera del periodisme és allò que és comú; aquest és el terreny en què actua. El destinatari del missatge és l'individu, però els continguts versen sobre el que és col·lectiu, compartit. La raó de ser del periodisme és acompanyar l'home en el seu somni de llibertat, en la seua aventura com a membre d'un col·lectiu d'éssers humans lliures. Richard Kapucinsky deia que el periodista havia d'abandonar aquest ofici si no li importaven els altres. Podríem dir que aquest ofici manca de sentit si a ningú no li importa ningú, si l'individualisme tanca cadascú en la seua bombolla, despreocupat de la resta. Ja avui hi ha indicis que aquest no és un risc impossible. N'hi ha prou de comprovar el respecte que ens inspiren els espais públics, que creiem que no són de ningú en comptes de creure que són de tothom. De manera que, per a un periodista, contribuir a fer créixer el

sentit del que és comú és, a més d'un exercici de civisme, una manera de fer clients.

Un vell aforisme de les antigues redaccions deia: en cas de dubte fes bon periodisme. Avui, quan el dubte és l'aire que respirem, es pot afegir: bon periodisme, rumb a l'home. A l'ésser humà, que se'ns ha perdut en la fullaraca de les xifres tan plenes de zeros que no sabem desxifrar, en les burocràcies i els galimaties de la política, dels jocs d'interessos i les guerres de poder. El periodisme, apassionadament abraçat a la peripècia humana, més a prop de la política de les coses que de les coses de la política. El periodisme de la vida real, on no fan riure les causes nobles. El periodisme que s'atrevisca amb el relat de la fabulosa transformació del món d'avui i capte els homes per al coneixement del que interessa que els interesse perquè els afecta de forma decisiva: els apressants desafiaments per al nostre món i la nostra espècie, des del canvi climàtic fins a l'escassetat d'aigua, la guerra alimentària i l'emigració. El bon periodisme, que descobrisca els nous grans narradors per atrapar-nos en el seguiment de les portentoses novetats que s'estant produint en el macrocosmos i en el microcosmos, que posaran del revés la nostra vida. El bon periodisme, per ajudar l'home en la seua excursió més meravellosa: de la consciència a la presa de consciència.

I del periodisme, la ràdio. La germana segona que el periodisme imprès –el seu germà gran–, culte i urbà, va tractar de bon principi com a ventafocs provinciana. La ràdio,

la germana menuda de la qual –la televisió–, tan lluminosa i espectacular, va creure condemnada a esvair-se entre la boira com una llengua morta. La ràdio continua vigorosa i esplèndida, sostinguda en allò que sempre li garantirà un paper d'importància, passe el que passe i canvie el que canvie: la seua condició de mitjà compatible amb qualsevol activitat; segona veu de tot el que vulga fer l'ésser humà; companyia en hores, minuts i segons, com el tic-tac d'un rellotge; tan arran de vida com la realitat mateixa; i nascuda per a l'amistat, ja que sap estar en primer pla, quan se la sent, i plegar-se si molesta, quan només se la sent. La ràdio, l'aposta segura dels mitjans de comunicació, ja que el seu futur –amb les transformacions que es vulga– l'estabilitza una necessitat humana: la intercomunicació personal.

A ella, la ràdio, expresse el meu agraïment. M'ha permès viure en contacte amb tot el que succeïa –tantes coses transcendents els últims quaranta anys– i en contacte amb la gent a la distància més curta possible, a la distància del sentir alhora. I el meu agraïment a la ràdio, finalment, perquè només a ella, i a la generositat d'aquesta Universitat, dec l'enorme honor que se m'ha fet avui.

Moltes gràcies

EL HONOR QUE ME HACE ESTA UNIVERSIDAD ME abrauma. Su historia, su prestigio, la inmensa sabiduría aquí concentrada pesan tanto que sólo su generosidad ha podido encontrar un pliegue que pueda acomodar la simple vida profesional de un periodista. Pero supongo que su decisión tiene una anchura mayor que el reconocimiento personal. Al menos, así lo entiendo. Y, en cualquier caso, así lo recibo. En nombre de la Radio, en nombre de los compañeros y compañeras que, en las últimas décadas, desde la llegada de la democracia, han transformado un medio sólo popular, cálido y familiar en una referencia social y política de primer orden, sin perder su condición de medio popular, cálido y familiar. Sí formo parte de esa generación, y me siento muy orgulloso de haber contribuido a su ascenso a la primera división informativa. Pero fuimos muchos. Y es un honor representarlos hoy en este acto.

Podría contarles con bastante detalle lo ocurrido en estos últimos cuarenta años en el periodismo español. Pero no soy capaz de intuir siquiera las próximas etapas. Esta actividad, como todas las demás, vive bajo el rayo de la crisis. Pero, además, está afectada de forma directa por el impacto de las nuevas tecnologías, que han colocado al borde del abismo el modelo de negocio en el que históricamente se sustentaba. Esta doble sacudida está teniendo repercusiones económicas muy graves, como es sabido. Pero, aunque esto es menos sabido, está afectando también a la sustancia misma de la comunicación, desde el momento en que toda la energía de las empresas, y casi toda la creatividad de sus directivos, están dirigidas obsesivamente a intentar cuadrar las cuentas. La consecuencia paradójica es que los medios se pasan el día contando, contando números, anunciantes, espectadores, lectores, oyentes, pero apenas tienen tiempo para pensar en qué hay que contar, y por qué, y cómo. De este desequilibrio se derivan muchos de los desvaríos que la sociedad observa en algunos medios de comunicación, y que corren el riesgo de ser aceptados como verdades profesionales.

Si perder el norte es peligroso en cualquier circunstancia, más lo es cuando, como ahora, se viven cambios incesantes y vertiginosos. Va todo tan aprisa que casi nos parece imaginable la velocidad a la que viajamos por el espacio, a cien mil kilómetros por hora. Y estamos tan aturdidos que casi percibimos nuestro movimiento sobre el eje de la tierra, a

cuatrocientos metros por segundo. No son datos más difíciles de creer que el crecimiento exponencial de la población mundial. Hoy van a nacer 219.000 niños; mañana, otros 219.000; y el otro, otros tantos; y el otro... Y en territorios a los que no estamos prestando la debida atención -la tecnología, la informática, la biología, la genética, la inteligencia artificial, la medicina- se están dando pasos llamados a transformar nuestro mundo, nuestra sociedad, nuestra mente. Todo ello, además, en un planeta que ya no tiene puertas ni ventanas. La globalización permite la circulación de todos los vientos en todas las direcciones, lo que provoca un sinnúmero de remolinos que han desestabilizado nuestras estructuras y lo que quedaba de nuestras certezas. Sobre ese oleaje ha ido apareciendo un monstruo, un superpoder financiero, ante el que -al menos hasta el momento- se están inclinando las democracias, al tiempo que las naciones, referencia europea de hogar desde hace dos siglos, ceden soberanía a embriones de estructuras superiores. No sé si añadido a lo dicho o como consecuencia de lo dicho, para componer la tormenta perfecta, estalla la crisis. Ignacio Ramonet, director de *Le Monde Diplomatique*, habla de “un haz de crisis”, económica, cultural, educativa, moral, que se tropiezan unas con otras, se enredan, se ponen la zancadilla, pero que, en definitiva, son distintas caras de un mismo poliedro. No es preciso dar muchos detalles de este proceso, que más parece una alucinación. Cada uno de nosotros lo está

viviendo. La sociología y la psicología están estudiando con detenimiento este tiempo y sus estupores. Un estudio universitario elaborado en París nos permitió conocer que un alto porcentaje de ciudadanos con medios y altos cargos de responsabilidad (altísimo en los mayores de cuarenta años) teme no estar preparado para gestionar tanta complejidad, duda de su capacidad y cree que hoy se requieren unas destrezas que domina a medias. Una inquietud que cada uno vive en secreto, como una especie de impostura que intenta ocultar, sin saber que a todos les pasa lo mismo.

Así las cosas, en territorio tan sumamente resbaladizo, cambiante, incontrolable, el oficio del periodista se llena de interrogantes.

¿Cómo saber qué contar, cómo saber lo suficiente para poder contar, cómo saber contar?

Y, por si fuera poco, ¿para qué contar si, en apariencia, todo el saber está a mano con un simple click de ordenador?

Daniel Inerarity, Catedrático de Filosofía Política y Social del País Vasco, se lo plantea en su último libro, “La democracia del conocimiento”. “El saber está en todas partes. A nuestro alcance hay más saber del que podemos saber.”

A mi juicio, aunque todo parece invitarnos a ir recogiendo los bártulos e ir enterrando esta profesión, el periodismo es y va a ser más necesario que nunca precisamente en las actuales circunstancias. Porque ese inmenso volumen de datos a nuestro alcance ha alumbrado una nueva ignorancia:

la del saber sin entender, si puede llamarse saber a lo que no se entiende.

Por otra parte, gran parte de la inmensa avalancha informativa proporcionada por la red procede de fuentes no identificadas. ¿Cómo otorgar crédito a aquello cuya procedencia desconocemos? La fascinación que nos produce tanta novedad tecnológica ha infantilizado nuestro cerebro. Y, en un fantástico movimiento regresivo, otorgamos rango de modernidad y libertad máxima a cualquier mensaje anónimo. No deja de ser paradójico que, en el momento en el que la sociedad exige más garantías a cuanto vaya a afectarle, (por ejemplo, la trazabilidad de cualquier alimento que va a llevarse a la boca, desde el prado en el que pastó el ganado hasta la granja en que se criaron las aves) pueda considerar indiferente el punto de origen de lo que tiene capacidad de determinar nuestras opiniones. ¿Reclamaríamos el descontrol alimentario en nombre de la libertad?

La solvencia, un valor tradicionalmente muy reconocido, lo será más cada día. Los ciudadanos la demandarán en defensa propia. Sean como sean los nuevos soportes, cambie lo que cambie y se invente lo que se invente, los cimientos habrán de ser los mismos que fueron necesarios para construir el viejo periodismo. Si acaso, con una exigencia ética de nivel superior, dado el hecho comprobado de que cuanto más compleja se hace la vida social más crece la desconfianza.

El cinismo, y ese instinto desdeñoso que los españoles traemos

de serie, tiende a tomarse a broma estas invocaciones a la ética, que cree volutas de humo y nada. Pues bien, apliquemos el máximo realismo: si no se sustenta en principios éticos de gran solidez, reconocibles por los ciudadanos, cualquier proyecto periodístico estará condenado a la irrelevancia y se perderá en la gigantesca cacofonía de las voces inútiles. Digámoslo más claro aún: si no reconstruye el vínculo de complicidad con la sociedad, a partir de sus principios más básicos, el periodismo morirá. Entonces sí morirá, y se convertirá en un subgénero de la propaganda, o de la psiquiatría, como la hipnosis clínica, o -en el más leve de los casos- del entretenimiento.

Estos son sólo algunos de los asuntos acerca de los cuales debería estar reflexionando el periodismo. Pero no lo está haciendo. Los innumerables análisis sobre el futuro tratan básicamente sobre modelo empresarial, economía y tecnología. Como si el paso de los años y el terremoto actual no hubiera afectado también a la sustancia misma de la comunicación y no tuviéramos nada que repensar en torno a la naturaleza de esta actividad, su por qué y su para qué, su responsabilidad social, los criterios que rigen nuestra selección y valoración de noticias, los tratamientos y los lenguajes. No podemos estar tan ciegos para no ver que, por deslizamientos mercantiles, políticos, rutinas o por simple efecto de la soberbia profesional, nos hemos ido alejando del único principio periodístico indiscutible mientras

convertíamos la libertad de expresión en un parapeto desde el que disparar con impunidad. Tengo que explicar cuál es ese principio periodístico indiscutible: somos simples gestores públicos (aún desde la empresa privada), como administradores del derecho ciudadano a la información. El compromiso con la sociedad están en la esencia del periodismo, en su substantivo. La rentabilidad y la ideología están en la sustancia de la empresa periodística. La historia ha demostrado que pueden ser compatibles. Pero la crisis presente ha enviado las inquietudes periodísticas al fondo del sótano. Los más jóvenes, incluso, criados en esta cultura del resultadismo, la desesperación contable, e inmersos en la mitificación del éxito, creen oír música gregoriana cuando se les habla del imperativo categórico de los periodistas: el derecho a la verdad de los oyentes, lectores y espectadores. Tenía que explicar este principio periodístico indiscutible. También he dicho que, en ocasiones, convertíamos la libertad de expresión en un parapeto desde el que disparar con impunidad. Pero esto no tengo ninguna necesidad de explicarlo.

La gama temática para un examen a fondo de nuestro oficio es amplísima. Ofrecemos solamente tres ejemplos de lo que merecería meditaciones profundas. Primera. La desincronía entre los tempos de la justicia y los tempos del periodismo. ¿Cómo hacer compatible el ejercicio informativo -que se juega en minutos- con el desarrollo de los procesos judiciales

-que el garantismo exigible obliga a plazos largos-? ¿Cómo puede sobrevivir la presunción de inocencia? ¿Y el secreto de sumario? ¿Es posible sellar determinados ámbitos o es imposible sustraerlos a la curiosidad pública? ¿Cómo debe comportarse el periodismo moderno?

Segundo ejemplo: ¿por qué contamos lo que contamos y no otra cosa? ¿Por qué, de entre los millones de hechos ocurridos hoy, todos los programas informativos van a seleccionar muy aproximadamente los mismos doce o quince? ¿Cuándo fue la última vez que pensamos en ello? ¿Qué, quién o por qué ha elevado a dogma el juego de rutinas que aplicamos?

Y tercer ejemplo: ¿se puede relatar la complejidad en los medios de comunicación de masas? El ritmo acelerado de vida, la prisa, el consumo compulsivo de todo, también de la información, nos empuja a la simplificación, a la máxima brevedad, al titular, al flash; la batalla con la competencia nos afila y nos fuerza a lo más agudo y punzante. El impacto no busca la razón, la esquivo. ¿Qué hacemos con lo complejo (casi todo lo es)? ¿y qué hacemos sin los matices, sin los cuales no es posible acercarse a la verdad?

He ahí algunos de los muchos territorios a los cuales deberíamos enviar expediciones de exploración, para que cuando las empresas hayan descubierto las nuevas vías de comercialización del periodismo éste aún esté vivo. Por ahora, este tipo de asuntos no figura entre nuestras preocupaciones. Sólo la política se maneja tan de espaldas

a la realidad, repitiendo rutinas susceptibles de apolillarse, si no se han apolillado ya. No es un dato menor que ambas actividades, el periodismo y la política, sean juzgadas por los ciudadanos con creciente severidad. Acusadas del mismo delito: haberse distanciado de la gente, justificarse en ella pero no tener más objetivos que los del gremio, la empresa, el partido. A unos y a otros nos vendría bien recordar que el iceberg que el capitán del Titanic no vio es para nosotros el descrédito. Y que el descrédito ya ha provocado algunas fisuras en nuestra línea de flotación. Sería absurdo exagerar pero sería temerario ignorarlo. Por relajación ética hemos perdido respetabilidad. Y por devaluación técnica viajamos hacia la banalidad en lugar de hacia la excelencia.

Naturalmente, cuanto el periodismo vaya a hacer o deje de hacer dependerá del valor que la sociedad conceda a lo común. La materia prima del periodismo es lo común, ese es el terreno en el que actúa. El destinatario del mensaje es el individuo pero los contenidos versan sobre lo colectivo, lo compartido. La razón de ser del periodismo es acompañar al hombre en su sueño de libertad, en su aventura como miembro de un colectivo de seres humanos libres. Richard Kapucinsky decía que el periodista debía abandonar este oficio si no le importaban los demás. Podríamos decir que este oficio carece de sentido si a nadie le importa nadie, si el individualismo encierra a cada uno en su burbuja, despreocupado del resto. Ya hoy hay indicios de que este

no es un riesgo imposible. Basta comprobar el respeto que nos inspiran los espacios públicos, que creemos que no son de nadie en lugar de creer que son de todos. De modo que, para un periodista, contribuir a que aumente el sentido de lo común es, además de un ejercicio de civismo, un modo de hacer clientes.

Un viejo aforismo de las antiguas redacciones decía: en caso de duda haz buen periodismo. Hoy, cuando la duda es el aire que respiramos, cabe añadir: buen periodismo, rumbo al hombre. Al ser humano, que se nos ha perdido en la hojarasca de las cifras tan llenas de ceros que no sabemos descifrar, en las burocracias y galimatías de la política, de los juegos de intereses y las guerras de poder. El periodismo, apasionadamente abrazado a la peripecia humana, más cerca de la política de las cosas que de las cosas de la política. El periodismo de la vida real, donde no dan risa las causas nobles. El periodismo que se atreva con el relato de la fabulosa transformación del mundo de hoy, y capte a los hombres para el conocimiento de lo que interesa que le interese porque le afecta de forma decisiva: los acuciantes desafíos para nuestro mundo y nuestra especie, desde el cambio climático hasta la escasez de agua, la guerra alimentaria y la emigración. El buen periodismo, que descubra los nuevos grandes narradores para atraparnos en el seguimiento de las portentosas novedades que se están produciendo en el macrocosmos y en el microcosmos, que van a poner del revés nuestra vida. El buen periodismo, para ayudar al hombre en su excursión más maravillosa: de la

consciencia a la conciencia, y del periodismo, la Radio. La hermana segunda que el periodismo impreso, su hermano mayor, culto y urbano, trató en un primer momento como cenicienta pueblerina. La Radio, cuya hermana menor, la televisión, tan luminosa y espectacular, creyó condenada a desvanecerse entre las brumas como una lengua muerta. La Radio sigue vigorosa y rozagante, sostenida en lo que siempre le garantizará un papel de importancia, pase lo que pase y cambie lo que cambie: su condición de medio compatible con cualquier actividad, segunda voz de cuanto el ser humano quiera hacer, compañía en horas, minutos y segundos, como el tic tac de un reloj; tan a ras de vida como la misma realidad; y nacida para la amistad, pues sabe estar en primer plano, cuando se le escucha, y plegarse si molesta, cuando sólo se le oye. La Radio, la apuesta segura de los medios de comunicación, pues su futuro -con las transformaciones que se quiera- lo estabiliza una necesidad humana: la intercomunicación personal.

A ella, la Radio, expreso mi agradecimiento. Me ha permitido vivir en contacto con cuanto ocurría -tantas cosas trascendentes en los últimos cuarenta años- y en contacto con la gente a la distancia más corta posible, a la distancia del sentir a la vez. Y mi agradecimiento a la Radio, finalmente, porque sólo a ella, y a la generosidad de esta Universidad, debo el enorme honor que hoy se me hace.

Muchas gracias.

DIPÒSIT LEGAL: V-338-2012
IMPRIMEIX: Igrafic Integral de Impresión, S.L.

