

INTERVENCIÓN COMPLETA DE RICARDO GUTIÉRREZ, SECRETARIO GENERAL DE LA FEDERACIÓN EUROPEA DE PERIODISTAS (EFJ/FEP)

Permítanme comenzar dando las gracias a la FAPE y a la Fundación “la Caixa” por invitarme a hablar sobre un tema que no sólo es crucial para los periodistas, sino también para el futuro de nuestra democracia.

«¿Qué fue de las fake news?». No es una crítica a los organizadores, pero no voy a utilizar el término «fake news» en mi introducción. No lo voy a hacer porque es precisamente el término que utilizan los enemigos de la libertad de prensa para culpar a los periodistas y a los medios de comunicación. Fue Donald Trump quien popularizó el término. Y lo utiliza para desacreditar a los medios de comunicación, supuestos enemigos del pueblo.

No voy a hablar de «fake news», sino de desinformación y propaganda. Algunos expertos académicos hablan de «trastornos informativos». No voy a hablarles de información falsa sobre la dana: los oradores que me seguirán esta tarde están mucho mejor situados que yo para hablar de ello. Intentaré exponer el contexto europeo y las tendencias mundiales. Pero también las posibles respuestas, tanto a nivel de la profesión como de la sociedad civil y los gobiernos.

Desgraciadamente, me toca comentar este fenómeno en un contexto especialmente preocupante para nuestras democracias: la alianza, incluso diría la connivencia, sin precedentes en la historia de la Humanidad, entre el presidente del país más poderoso del mundo, Donald Trump, y el hombre más rico del mundo, Elon Musk, a la cabeza de la red social X (Twitter), con una capacidad masiva para influir en la opinión pública mundial.

Estas dos figuras, estrechamente vinculadas, dominan la humanidad, nos guste o no: Donald Trump, campeón mundial del descrédito de los medios de comunicación, y Elon Musk, experto mundial en el arte de la desinformación.

Una cita de Elon Musk: “You are the media now”. «Ahora sois los medios de comunicación». Así escribía Elon Musk a los usuarios de su red X el 6 de noviembre, al día siguiente de la victoria electoral de Donald Trump. Al día siguiente aclaró su pensamiento en otro tuit: «Fue en la red X donde pudisteis ver la realidad de estas elecciones, mientras la mayoría de los medios de comunicación mentían constantemente al público. Ahora sois vosotros los medios de comunicación». Así fue como Elon Musk retuiteó un post de la cuenta «ElonFacts» en el que proclamaba la muerte de los medios de comunicación y deseaba larga vida al periodismo ciudadano.

La agenda de Elon Musk es, por tanto, muy clara: ya no se trata de inundar el mundo con contenidos propagandísticos y «hechos alternativos», según la expresión de Donald Trump. Se trata pura y simplemente de suprimir los medios de comunicación y, por tanto, a los periodistas.

Ningún periodista, ni en Europa ni en el resto del mundo, puede permanecer indiferente ante esta amenaza sin precedentes. El hombre más rico del mundo, que acaba de ser nombrado por el Sr. Trump para dirigir un Departamento de Eficiencia Gubernamental, ha proclamado la muerte de los medios de comunicación, en un momento en que estos mismos medios se enfrentan a una terrible crisis de confianza por parte del público. Con una proporción muy preocupante de la población que evita los medios de comunicación. La última encuesta del Instituto Reuters de la Universidad de Oxford muestra que el 44% de la población en España evita los medios de comunicación. Hay dos razones para ello: en primer lugar, porque creen que los medios no les proporcionan una información que pueden obtener en otro lugar, y en segundo lugar, porque los medios no dan sentido a sus vidas. Los medios de comunicación han perdido su capacidad de inspirar y dar sentido.

¿Cómo podemos, como periodistas, reaccionar ante estas tendencias opuestas? En primer lugar, siendo más rigurosos, más independientes y más éticos que nunca. Los periodistas deben ser más humildes, más transparentes, demostrando día tras día que están plenamente al servicio del público. Y no al servicio del poder. La ética y la honradez deben ser nuestras prioridades absolutas.

Por desgracia, no siempre es así. Permítanme ponerles un ejemplo reciente: los incidentes que empañaron el partido de fútbol entre el Maccabi y el Ajax la semana pasada en Ámsterdam. Hubo violencia por ambas partes. Pero muchos medios de comunicación -incluidos el New York Times, Bild Zeitung, CNN, The Guardian, la BBC y la cadena pública alemana ARD- utilizaron imágenes tomadas por una fotoperiodista holandesa, Annet De Graaf, que filmó los incidentes frente a la estación central de Ámsterdam. Todos estos medios utilizaron las imágenes para sugerir ataques antisemitas contra aficionados israelíes. El problema es que las imágenes de Annet De Graaf muestran claramente a los hooligans israelíes atacando a los transeúntes, y no al revés. Annet De Graaf ha exigido disculpas y rectificaciones a todos estos medios. La cadena alemana ARD fue la primera en disculparse y corregir la información. Otros siguieron: RTL, el New York Times, la BBC...

Saludo la actitud responsable de estos medios, pero me pregunto por su capacidad para difundir informaciones falsas sin realizar las comprobaciones necesarias. El ejemplo más llamativo procede de la cadena británica SkyNews, que primero difundió la información correcta (agresiones a transeúntes por parte de hooligans israelíes frente a la estación de Ámsterdam), y luego la cambió para hablar de aficionados israelíes agredidos por pro palestinos, basándose en un informe engañoso de una agencia de prensa, y después en declaraciones oficiales de las autoridades holandesas e israelíes.

Los medios de comunicación ya no pueden permitirse este tipo de aproximaciones, menos aún en un contexto tan delicado. Tenemos un deber de rigor. Es la primera respuesta que esperamos de la profesión frente a la desinformación: el periodismo, el periodismo de verdad, el periodismo preciso, honesto y ético, es el mejor antídoto contra la desinformación.

Pero los periodistas, por sí solos, son impotentes ante el poder desinformativo de las redes sociales. Sobre todo porque la naturaleza de la desinformación propagada por las redes sociales ha cambiado, como ha demostrado Joan Donovan, profesora de periodismo en la Universidad de Boston, comparando las aportaciones de las redes durante las elecciones presidenciales estadounidenses de 2016 y 2024.

La diferencia hoy es que los oligarcas dueños de las redes sociales, empezando por Elon Musk y Mark Zuckerberg, han moldeado sus algoritmos al servicio de sus propias ideas políticas. Ya no se trata solo, como en 2016, de difundir desinformación porque da dinero a los dueños de las redes. Ahora se trata, para esos mismos propietarios de las redes, de controlar ideológicamente las mentes, en función de sus intereses políticos y financieros.

Estudios científicos han demostrado que Mark Zuckerberg ha utilizado Meta para invisibilizar a los periodistas estadounidenses críticos en las redes Instagram, Facebook y Thread. Por ejemplo, Meta suspendió las cuentas de periodistas que cubrieron testimonios concretos que describían la admiración de Donald Trump por Adolf Hitler.

Estudios científicos también demuestran que Elon Musk hace un amplio uso de Twitter para difundir su ideología de extrema derecha, en particular una retórica conspirativa hostil a los inmigrantes. La profesora Donovan habla incluso de una nueva forma de «tecnofascismo», en el que la tecnología se utiliza para silenciar las voces críticas, por un lado, y para promover ideas que favorecen a los detentadores del poder político y económico, por otro, a escala mundial.

Frente a esta deriva democrática, los gobiernos y las organizaciones intergubernamentales deben actuar. Tienen el deber de desarmar a los desinformadores. La Unión Europea va por buen camino con la Ley de Servicios Digitales, pero hay que ir más allá con iniciativas para regular las redes sociales y la inteligencia artificial generativa. De lo contrario, no es sólo el periodismo sino la democracia la que corre el riesgo de desaparecer.

La filósofa alemana Hannah Arendt, que también fue una gran periodista, documentó este riesgo analizando el funcionamiento de la propaganda nazi. Permítanme citar una entrevista que concedió en 1973 y que suelo leer a mis alumnos de periodismo en la Universidad Libre de Bruselas:

«En el momento en que dejamos de tener una prensa libre, puede pasar cualquier cosa. Lo que hace posible que gobierne una dictadura totalitaria o de cualquier otro tipo es que la gente no esté informada; ¿cómo puedes tener una opinión si no estás informado? Si todo el mundo te miente siempre, la consecuencia no es que te creas las mentiras, sino que ya nadie se cree nada. (...) Un gobierno mentiroso tiene que reescribir constantemente su propia historia. (...) Y un pueblo que ya no puede creer en nada no puede decidirse. Está privado no sólo de su capacidad de actuar, sino también de su capacidad de pensar y de juzgar. Y con un pueblo así se puede hacer lo que se quiera».

Repito: “La consecuencia no es que te creas las mentiras, sino que ya nadie se cree nada”.

Nada ha cambiado. El objetivo sigue siendo el mismo: crear una cortina de humo permanente, relativizar toda la información, generar una confusión permanente, impedir que los ciudadanos piensen, suprimir todo pensamiento crítico. Se acaba por no creer a nadie, por no creer en nada, y por asimilar los medios de comunicación y los periodistas a vectores de propaganda a sueldo de quienes detentan el poder.

He explicado cómo creo que debe reaccionar la profesión. Pero, ¿qué pueden hacer los gobiernos nacionales? Hace poco más de siete meses, en marzo, la Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (la OCDE) publicó un informe muy pertinente titulado «Facts Not Fakes». El informe analiza las nuevas formas de desinformación, sus mecanismos y su impacto, pero sobre todo ofrece a los gobiernos una serie de recomendaciones muy concretas sobre las mejores estrategias para combatir esta desinformación.

El valor de este informe, aparte del hecho de que procede de una importante institución internacional, es que advierte a los gobiernos contra las soluciones aisladas simplistas, como la adopción de una ley contra la desinformación o la introducción de una certificación de los medios de comunicación (como el sello Journalism Trust Initiative). El informe demuestra que estas soluciones aisladas no tienen ninguna posibilidad de funcionar. Son fáciles de adoptar para los responsables políticos y dan a la opinión pública la impresión de que el problema está bajo control. Pero en realidad son ineficaces.

Lo que propone la OCDE es una lucha integrada que movilice a todos los actores virtuosos de la sociedad: periodistas y medios de comunicación, poderes públicos y sociedad civil. La estrategia eficaz no consiste en atacar los contenidos que desinforman, sino en promover el desarrollo y la difusión de información creíble. La información falsa se combate mediante un ecosistema que fomenta la difusión de información verificada.

Una de las prioridades del informe de la OCDE es una política de preservación y fomento de la integridad del ecosistema informativo. En pocas palabras, los gobiernos deben garantizar a los ciudadanos el acceso a fuentes de información múltiples, independientes, que contribuyan a la vivacidad del debate democrático. Esto no tiene nada de revolucionario: es un compromiso que se deriva de los principios democráticos vigentes en Europa. Principios consagrados en la Declaración Europea de Derechos Humanos. Principios consagrados en la jurisprudencia del Tribunal Europeo de Derechos Humanos. De hecho, en Europa, los Estados tienen la obligación positiva de promover la libertad de prensa.

Concretamente, ¿qué propone el informe de la OCDE a los gobiernos de los 38 países miembros (entre ellos España y Estados Unidos)?

1. Las autoridades públicas deberían apoyar el pluralismo de los medios de comunicación, en particular garantizando la independencia y la financiación sostenible de los medios públicos, proporcionando apoyo financiero (incluidos incentivos fiscales) a los medios locales y de

investigación, regulando estrictamente la concentración de medios, garantizando legalmente la independencia de la redacción respecto a los propietarios de los medios e imponiendo normas transparentes y justas sobre el reparto de la publicidad institucional;

2. Los poderes públicos deben proteger a los periodistas y a los trabajadores de los medios de comunicación cuando son objeto de ataques, ya sean físicos o virtuales, lo que ocurre cada vez con más frecuencia: es necesario un plan de acción nacional negociado con los sindicatos de periodistas en cada país para proteger a los profesionales de la información;

3. Los poderes públicos deben apoyar la autorregulación periodística para promover la ética y la calidad de los contenidos, es decir, cofinanciar consejos de prensa independientes con representación paritaria de periodistas, propietarios de medios y sociedad civil;

4. Los poderes públicos deben regular las redes sociales y el uso de la inteligencia artificial generativa, y en particular el uso de deep fakes, imponiendo normas de transparencia y rendición de cuentas;

5. Las autoridades públicas deben invertir en la alfabetización mediática de todos, para que los ciudadanos puedan hacer frente por sí mismos a la desinformación.

Todas estas recomendaciones de la OCDE son precisamente las que defendemos desde la Federación Europea de Periodistas. En nombre de los 295.000 periodistas que nuestra federación representa en 44 países europeos.

Queda mucho por hacer. Pero este es el precio que tenemos que pagar para proteger el periodismo y la democracia.

Aprovecho la ocasión para felicitar a las organizaciones españolas de periodistas, entre ellas nuestros afiliados FAPE, FESP, CCOO y UGT, que han solicitado ser escuchadas por el gobierno español en el marco de la transposición del nuevo reglamento europeo sobre la libertad de los medios de comunicación. Las reformas necesarias no pueden hacerse sin contar con los sindicatos y asociaciones de periodistas. Aprovecharemos la ocasión para decir al Gobierno lo que queda por hacer para luchar contra la desinformación.

Sigo confiando ante esta movilización. Sé que ni yo ni ustedes permitiremos que Donald Trump y Elon Musk cumplan su sueño de suprimir los medios de comunicación. Sus intenciones son claras. Nuestra resistencia es igual de clara. No lo permitiremos.

Gracias por su atención.