

Magnífico Rector.

Claustro.

Profesores.

Personal de Administración y servicios.

Señoras, señores.

Es un gran honor el que esta Universidad me hace.

Un honor aún mayor celebrarlo en compañía de una personalidad de la talla de Mario Vargas Llosa, al que aprecio profundamente y al que admiro -como millones de personas en todo el mundo- desde hace décadas.

Recibo este doctorado honoris causa agazapado humildemente en su sombra.

Y 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.

“Estamos viviendo una época muy interesante. Una época interesante es siempre una época enigmática, que apenas si promete reposo, prosperidad, continuidad, seguridad.

Estamos en una edad crítica, es decir, en una edad en la que coexisten muchísimas cosas incompatibles, de las cuales ni unas ni otras pueden ni desaparecer ni triunfar. Es tan complejo y tan nuevo este estado de cosas que nadie hoy puede jactarse de comprender nada; lo que no quiere decir que nadie se jacte de ello. Todas las nociones que dábamos por sólidas, todos los valores de la vida civilizada, todo lo que mantenía la estabilidad de las relaciones internacionales, todo lo que mantenía la regularidad del régimen económico, en una palabra, todo lo que limitaba muy afortunadamente la

incertidumbre del mañana, todo lo que daba a las naciones y a los individuos alguna confianza en el día de mañana, todo ello es hoy puesto en duda.

La vida moderna tiende a ahorrarnos el esfuerzo intelectual como nos ahorra el esfuerzo físico. Reemplaza, por ejemplo, la imaginación por las imágenes, el razonamiento por los símbolos y los letreros, o bien por mecanismos; y, a menudo, por nada. Nos ofrece todas las facilidades, todos los: los atajos más cortos para llegar a la meta sin haber andado el camino”.

Son palabras de Paul Valéry en su discurso de la Historia, pronunciado en el Liceo Janson de Sully en París.

En 1932.

Anteayer, ayer y hoy -y sin duda también mañana- todo vivir incluye estupor y vértigo.

Y la ceguera derivada de la falta de perspectiva.

“Esta batalla en la que me encuentro, en la que mato y puedo morir, ¿es una escaramuza sin importancia?, ¿es un episodio trascendental en la Historia?, se preguntaba Fabrizio del Dongo, en "La cartuja de Parma" de Stendhal. No sabía que estaba en Waterloo”.

Este pasear en la niebla, realidad eterna de la peripecia humana, se hace hoy especialmente vacilante porque los cambios se están produciendo en el planeta global y a velocidad supersónica.

Siempre supe que la tierra es un vehículo lanzado en el espacio a 100.000 kilómetros por hora, 30 km por segundo. Ahora tengo a veces la sensación de que lo percibo.

En el Periodismo, mi profesión, en la que me ocupo desde hace cincuenta años, la estupefacción general viene acompañada por los efectos devastadores del terremoto que ha

puesto patas arriba a los medios de comunicación y a su tradicional modelo de negocio.

Las nuevas tecnologías destrozaron la industria pesada del periodismo, desbordada por las tropas ligeras de asalto de la instantaneidad, con el simple gesto de un clic.

La crisis subsiguiente, agravada por el desplome financiero del 2008, sumió a las empresas en estado de pánico. Las consecuencias más inmediatas y traumáticas, el paro, el sub empleo, los contratos basura... Y la derivada más profunda, la coronación imperial de la lógica del gerente y la tiranía de las audiencias.

Sobre la ola de un pensamiento mundial dominante, que había otorgado al dinero el valor de dios único, aplastante e inmisericorde, se entregaba el timón, la brújula y la bandera a los departamentos financieros de las empresas. En este marco, las dificultades económicas reales, y muchas veces agudísimas, se aliviaban siempre por el mismo conducto. Es fácil de entender que la energía creativa de excelentes directivos y periodistas se esté dirigiendo con más frecuencia a flotar que a avanzar, con recursos que acaso permitan cubrir pero difícilmente descubrir, y que hacen sospechoso de despilfarro todo euro destinado a la investigación periodística, las corresponsalías o los enviados especiales.

Pero si las empresas se mueven erráticamente, buscando a tientas los caminos que le pueden conducir al futuro, no menos desconcertado se muestra el periodismo mismo. Como la vaca ante la serpiente, cegada, paralizada y atónita ante las nuevas tecnologías. Y entregado con más prisa que cabeza a su fascinación, de manera acrítica, como si Internet hablara desde el Sinaí.

Porque se ha abierto, por supuesto, un mundo distinto, como un firmamento estrellado con millones de posibilidades. Y es justo y necesario zambullirse en él con ilusión y entusiasmo, pero sin idolatrías.

Por muchas razones. Selecciono dos, básicas.

La primera, porque lo que hoy nos ofrece no es una realidad estable, sino en constante evolución. Lo que está pasando está pasando y aún estamos en el minuto cinco de partido. La trepidante carrera que nos ha traído hasta aquí no se ha detenido. Continúa y continuará, y no tardará ni un pestañeo en poner la cuestión el presente del oficio, como lo ha hecho con el pasado.

La segunda, porque las nuevas tecnologías no son fin sino herramienta. Y ni constituyen por sí mismas un factor homologador de efectos milagrosos, ni limpian, fijan y dan esplendor a cualquier contenido.

Las precipitaciones de los más jóvenes no van solas. Les acompaña muy a menudo la inseguridad del periodismo adulto, que corre a disfrazarse, avergonzado de las arrugas de este viejo y honorable oficio, para ser acogido en el único seno que creen vigente, la última ola, el último grito.

Esta especie de sálvese quien pueda del periodismo mundial, o incluso del rompan filas, se apoya asimismo en la corriente fatalista que hace unos años anunció la muerte del periodismo, y en los argumentos de autoridad que cuestionaron su utilidad.

A los agoreros, los que aseguraron que carecía de sentido una actividad como el periodismo dado que cualquiera, desde cualquier lugar del mundo, podía informar les han respondido los hechos. La avalancha de información no hace sino incrementar el valor de la solvencia. Una frase ha hecho fortuna: en las inundaciones, lo primero que falta es el agua potable. Los ciudadanos, necesitados de referencias para diferenciar lo cierto de lo falso, lo comprobado de lo rumoreado, lo importante de lo anecdótico, buscarán las ofertas periodísticas que le ayuden a jerarquizar y contextualizar, para entender lo que ocurre. La Red no podrá evitar la información de origen desconocido, de fuente anónima, pero, ante el alud de datos, los destinatarios tenderán a desconfiar de ellas en defensa propia. Y la ética,

que hemos pregonado mucho y hemos practicado menos, se convertirá en asunto de vida o muerte para el periodismo.

Internet no matará al periodismo. Eso sí, le obligará a transformarse de arriba abajo. En estructura empresarial, en contenidos y en lenguaje. Y la transformación correcta no se producirá intentando simplemente mimetizarse con la Red, y ser aceptado por ella, sino aportando valor añadido.

También, decía, deben ser matizados algunos de los dogmas proclamados en los últimos tiempos.

Porque es cierto que Internet es un gran espacio de libertad, pero las guerras de los poderes por el control no cesan nunca y ahora se libran en los nuevos escenarios. Jaron Laner, uno de los pioneros, nos advierte de la que ahora mismo se libra por el dominio de los big data.

Porque es cierto que en nuevo tiempo se certifica la agonía de las intermediaciones, como tan brillantemente explica el profesor Innerarity, pero se hace más imprescindible cada día el papel de quien conozca, confirme, comprenda y sepa contar lo que ocurre.

Y porque se equivoca el gran pensador surcoreano Byung Chul Han, tan de moda, cuando asegura que, pues ya todos los datos pueden estar a nuestro alcance, será innecesaria la confianza pues bastará la transparencia. No lo creo. Por el contrario, se hará aún más necesario confiar en quien aporte los datos, y quien los jerarquice y contextualice para hacerlos inteligibles.

Zarandeados como estamos todos por tanta agitación, tal vez fuera bueno recogerlos brevemente en algunos fundamentos que parecen haber sido barridos y arrinconados como trastos inútiles. Y recordar que...

Los medios de comunicación son proyectos intelectuales, vinculados a la democracia. Desde un punto de vista determinado, legítimamente determinado, aportan a los ciudadanos la información que les permite disponer del bagaje necesario para participar en la acción colectiva. No le ofrecen

solamente lo que quiere saber sino lo que tiene derecho a saber. Para desarrollar su labor los medios se constituyen en empresas, que necesitan ser rentables. El periodismo de calidad es el que, mutatis mutandis, se rige por esta regla. Deberían llamarse de otra manera para no inducir a error las acciones de comunicación seleccionadas como puro artículo de consumo, buscando la satisfacción de los clientes -lo que el público quiere- para obtener la máxima rentabilidad. Estos productos no proceden del periodismo, son subproductos de la industria de la comunicación. El infortement, por ejemplo, es como la cosmética en las farmacias, una vía de legítima rentabilidad complementaria, pero no puede llegar a ser el producto principal de un medio DE CALIDAD. Mucho menos, como algunos afirman, el único camino informativo posible. Hay otros, que conducen a la excelencia. Entendida como decía Aristóteles, no como un acto sino como un hábito. Somos lo que hacemos cada día. También puede respirarse fuera del alboroto, aunque haga más ruido un árbol que cae que un bosque que crece.

Y que, por mucha urticaria que nos produzcan las mayúsculas, el periodismo tiene un sentido profundo, de muchos quilates.

Todo parte del reconocimiento de la dignidad del Hombre. Para no ir demasiado atrás y dejar tranquilos al Renacimiento y a Pico della Mirandola, partamos de la proclamación de los derechos del Hombre. Del reconocimiento de esos derechos se deriva una conclusión: nada de cuanto le afecte será decidido sin contar con él. Y se inventa un procedimiento para que tal cosa sea posible. La Democracia no nace para asegurarse el acierto en las decisiones; no es un método ni más certero ni más rápido. Es, por el contrario, complejo y lento. Pero es el que se estima adecuado para tomar en consideración la voluntad ciudadana. Y para que el ciudadano pueda participar con conocimiento de causa, para que pueda disponer de los elementos de juicio correspondientes, necesita

información de lo que ocurre, referencias sobre las alternativas posibles y modelos de sociedad en los que encajarse. Al periodismo y a los partidos políticos les corresponde proporcionárselos.

El periodismo es a la vez hijo y padre de la democracia. Y está comprometido con la sociedad a través de la búsqueda de la verdad como lo está el médico a través de la búsqueda de la salud. Un compromiso sustantivo. Su ideología o la del medio en que trabaje, su condición pública o privada, son adjetivos.

La consciencia de esta responsabilidad nos obliga a la decencia, esa palabra en apariencia blanda, como de consejo de abuela, cuya carencia produce destrozos colosales. Emilio Lledó lo recuerda siempre, como un descubrimiento que tiene más de veinticuatro siglos, como factor que construye o arruina vidas, haciendas y sociedades.

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, pareció condenarla 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 segundo corazón; 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 solo 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.