

COMUNICACIÓN

«La prensa escrita ha tenido un papel más relevante que la TV»

Javier Cremades — Abogado y escritor

El prestigioso letrado acaba de publicar **«Micropoder. La fuerza del ciudadano en la era digital»** (Espasa Hoy), un ensayo sobre cómo las tecnologías «de la libertad» dotan de valor al ciudadano

POR SARA CAMPELO
FOTO CHEMA BARROSO

—Su ensayo sobre el micropoder nos habla del poder individual del ciudadano en la era digital.

—Así es, creo en el individuo como actor principal de la vida social y motor de la creatividad, la innovación y el progreso. Lo que el libro pone de manifiesto es que las que se han llamado tecnologías son instrumentos para que todo ese talento individual pueda ponerse en valor. El acceso sin precedentes a la información en tiempo y coste cero ha hecho posible que el ciudadano cuente más de lo que ha contado nunca, alterando así las relaciones de poder en la sociedad.

—Eso será peligroso para algunos de los que ostentan el poder.

—No hay una reflexión antisistema en el libro, no se trata de «poder» en el sentido estricto de la ciencia política (aquel que tiene posibilidad de ejercer violencia para imponer su voluntad), sino más en la línea del cuarto poder, de la influencia.



Javier Cremades, en su despacho de abogados

—¿Acaso la influencia ciudadana es algo exclusivo de hoy día?

—No, siempre ha existido, pero aunque pudiese influir, el individuo era un sujeto pasivo. Ahora, tiene la capacidad de manifestar su opinión, compartirla y ofrecerla a otros.

—¿Es consciente el ciudadano de ese micropoder que atesora?

—Aunque todavía falta conceptualizar el fenómeno, la gente en la calle sabe que algo está cambiando.

—¿Es internet un instrumento tan generalizado como presume su libro?

—Es difícil encontrar un ciudadano activo que no esté mínimamente dotado de instrumen-

tos que ya empiezan a ser universales en las sociedades más desarrolladas. En España, más de la mitad de la población tiene acceso a internet.

—Esa revolución del micropoder, ¿cómo afecta a los medios de comunicación? El libro incide en el periodismo ciudadano.

—Los líderes que están al frente de los grandes grupos de comunicación son conscientes de esta revolución cuyo puerto de llegada está por definir, por lo que tienen que estar atentos como el que maneja una tabla de surf. En la caligrafía china, la palabra crisis tiene dos acepciones: peligro y oportunidad; el que sepa identificar las oportu-

nidades en este nuevo modelo de negocio tendrá ventaja; el que no, lo va a pasar mal.

—¿Qué garantías ofrecerá este periodismo participativo sin un filtro profesional?

—Cuando llegó el avión no supuso la muerte del ferrocarril. La incorporación de la participación ciudadana al periodismo no va a eliminar su esencia: una firma de referencia, una pluma de calidad, una marca agregadora de contenidos. Lo que cambiará será el transporte utilizado: el periodismo participativo no es una alternativa ya que los medios juegan un papel protagonista, no sólo en la satisfacción de un derecho individual que es de dar información sino también a la salubridad de un sistema democrático aportando análisis, información e identificando los intereses de la sociedad, conformándolos en ocasiones. Eso les da una gran responsabilidad y, en mi opinión, el papel de la prensa escrita ha sido mucho más destacado y relevante que el que ha tenido la televisión.

—Usted dice que los políticos tendrán que adaptarse a estos nuevos participantes y medios. ¿Qué opina de los mítines electorales en Second Life?

—Es un indicio de esa influencia, en el fondo son indicadores de por dónde van las cosas y qué se puede hacer en el futuro. De todas formas, los políticos tienen que utilizar las nuevas tecnologías para que la gente participe de verdad, no sólo para buscar nuevos medios para llegar al elector.



HOY SALE EL SOL

Empieza hoy el Festival del Sol, la fiesta de los publicitarios españoles y Latinoamericanos en San Sebastián. Mientras tanto, en el resto de España, y también allí en Donosti, los políticos se seguirán encargando de hundir aún más la categoría de su producto, dedicando demasiado tiempo a denostar al contrario y mucho menos a elevarse a ellos mismos; es imposible que confiemos en unos políticos que tratan de convencernos que los contrarios son idiotas. Las cotas de rechazo de la política en nuestro país son muy altas, hemos tenido declaraciones de los prohombres de la política que van desde premoniciones de un nuevo Frente Popular y una guerra civil, hasta ataques personales a la intimidad de las personas; todo va ayudando a lo que pasará el domingo, que muchos menos españoles votarán, que muchos sienten ya hoy esa sensación de hastío que produce el escatológico ataque permanente. La política que muere en España gracias a la falta de categoría de políticos, asesores y estrategas, con la colaboración necesaria de los periodistas.

Por eso es un placer estar estos días en San Sebastián viendo cómo otras categorías de productos, mucho más banales y menos importantes, trabajan con ideas y talento en construir respeto y atracción hacia las marcas, ver cómo ninguna, o casi ninguna de las campañas presentadas, trabaja en la descalificación del competidor. Por eso en España, Coca Cola o Renault están mucho más valorados que Rajoy o Rodríguez Zapatero, la construcción profesional de marcas funciona, la política es un auténtico fracaso. A lo mejor los políticos podían consultar y escuchar a los profesionales de la comunicación y menos a sus partidarios vehementes, imagino que conocen el refrán «comer con amigos y trabajar con profesionales», puede que coman de vez en cuando con un experto en comunicación pero se empeñan en trabajar en esto de la publicidad y la comunicación con sus amigos, así les va. Mientras tanto y hasta el sábado los profesionales de la publicidad premiarán a las campañas más creativas en lenguas ibéricas.

Nueva condena a Jiménez, la Cope y «El Mundo» por una noticia falsa

EFE

SEVILLA. El periodista de Canal Sur Radio Tom Martín Benítez será indemnizado con 50.000 euros por una noticia falsa que le culpó del traslado de un vigilante de seguridad de su cadena en represalia por escuchar la Cope. El juzgado de primera instancia 19 de Sevilla, en una sentencia a la que tuvo acceso Efe, explica que el diario «El Mundo» publicó el 6 de junio de 2005 una noticia titulada «Castigan con un trasla-

do a un vigilante de Canal Sur por escuchar a Jiménez Losantos», comentarista de la Cope.

La fuente de dicha información era el vigilante F.F.R., quien aseguraba que Martín Benítez, al entrar en la sede de Canal Sur, donde presenta el programa «La hora de Andalucía», le espetó: «Pero hombre, ¿qué haces escuchando la Cope, si ese hombre (en referencia a Jiménez Losantos) es un terrorista y un criminal?». El vigilante aseguró a «El Mundo»

que cuatro días después de dicho incidente fue trasladado de puesto de trabajo por su empresa, por lo que había denunciado este hecho como presunto acoso sindical.

La sentencia, sin embargo, considera que se trata de una noticia falsa pues Martín Benítez «ha negado rotundamente» tal conversación y un testigo de la misma, directivo de Canal Sur, aseguró que «presenció un intercambio de saludo habitual». Un tercer testigo,

compañero del vigilante, «se sorprendió con la publicación de tal incidente en los medios», dice la sentencia, que considera «paradójico» que el trabajador no alegase este comentario en la demanda.

Junto con el vigilante, la sentencia condena a la Cope y a Jiménez porque, al hacerse eco de la noticia, el periodista llamó a Benítez «rata, con perdón de las ratas». El juez considera que el presentador fue ofendido en su honor. Martín Benítez será indemnizado con 50.000 euros, de los que Cope y Jiménez tienen que pagar 30.000, y el vigilante, el resto. «El Mundo» debe publicar la sentencia.