

La obra, realizada por una veintena de autores, recoge aspectos tan actuales y variados como el enfrentamiento en Yugoslavia, entre India y Pakistán, la tregua de ETA, la situación tras el desastre de Doñana o el huracán Mitch, o los ámbitos de crisis empresarial desatados tras catástrofes en empresas nucleares o petroquímicas, o en situaciones como la desatada en Bélgica con el asunto de las dioxinas. Todos ellos, sin embargo, tienen un mismo denominador común; se trata de conflictos donde los medios de comunicación han influido y siguen influyendo de un modo u otro y en los que se cuestiona su tarea, en ocasiones como impulso, en otras como obstáculo, para su resolución.

**Roberto Rodríguez Andrés** es Profesor de Comunicación Política y de Instituciones Jurídico-Políticas Contemporáneas en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra. Ha sido «Visiting Scholar» en el *Manchester Business School* (Gran Bretaña) y en la Escuela de Periodismo de la Universidad de Columbia (Nueva York). Como periodista, ha colaborado en *Onda Cero* y en los periódicos *La Rioja*, *Diario de Noticias* y *El Mundo*. Desde 1999 es jefe de gabinete de la Consejería de Educación, Cultura, Juventud y Deportes del Gobierno de La Rioja.

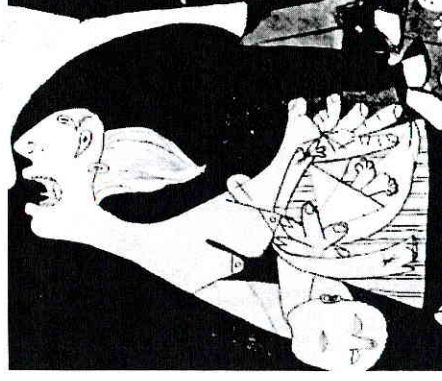
**Teresa Sádaba Garraza**, premio «Garclaso» de Periodismo 1997, es Profesora de Comunicación Política en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra.



Roberto Rodríguez Andrés  
Teresa Sádaba Garraza

# Periodistas ante conflictos

El papel de los medios de comunicación  
en situaciones de crisis



**Roberto Rodríguez Andrés**  
**Teresa Sádaba Garraza**  
*Editores*

colección comunicación

EUNSA

EUNSA

ROBERTO RODRÍGUEZ ANDRÉS  
TERESA SÁDABA GARRAZA  
(Editores)

# PERIODISTAS ANTE CONFLICTOS

EL PAPEL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN  
EN SITUACIONES DE CRISIS

CUNSA

EDICIONES UNIVERSIDAD DE NAVARRA, S.A.  
PAMPLONA

Quedan rigurosamente prohibidas, sin la autorización escrita de los titulares del «Copyright», bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la reprografía y el tratamiento informático, y la distribución de ejemplares de ella mediante alquiler o préstamo públicos.

© 1999, Roberto Rodríguez Andrés y Teresa Sádaba Garraza (Eds.)  
Ediciones Universidad de Navarra, S.A. (EUNSA)

ISBN 84-313-1732-9

Depósito legal: NA 2.661-1999

Ilustración cubierta: Detalle de la madre y el niño del *Guernica*

Tratamiento: Pretexo. Estafeta, 60. Pamplona

Impreso en: Line Grafic, S.A. Hnos. Noáin, 11. Ansoáin (Navarra)

Printed in Spain – Impreso en España

Ediciones Universidad de Navarra, S.A. (EUNSA)  
Plaza de los Sauces, 1 y 2, 31010 Barañáin (Navarra) - España  
Teléfono: (34) 948 25 68 50 - Fax: (34) 948 25 68 54  
E-mail: eunsaedi@abc.ibernet.com

PRÓLOGO ..... 11  
*Roberto Rodríguez Andrés y Teresa Sádaba Garraza*

INTRODUCCIÓN ..... 19  
*Francisco Gómez Antón*

### REPRESENTACIÓN MEDIÁTICA Y NATURALEZA DE LOS CONFLICTOS

LOS MEDIOS EN LOS CONFLICTOS DE LA SOCIEDAD DEMOCRÁTICA ..... 33  
*Alejandro Navas*

LOS PROFESIONALES DE LA COMUNICACIÓN ANTE SITUACIONES CONFLICTIVAS ..... 45  
*Mia Doorniaert*

ZAPPING MEDIÁTICO Y RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS ..... 51  
*Ángel López García*

EL HUMANISMO CÍVICO COMO RESPUESTA A LA MEDIACIÓN ..... 57  
*Alejandro Llano*

### LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ANTE LOS CONFLICTOS INTERNACIONALES

DIPLOMACIA Y CONFLICTIVIDAD EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN ..... 65  
*Pedro Lozano Bartolozzi*

EFFECTOS DE LOS MEDIOS EN LAS CONTROVERSIAS INTERNACIONALES ..... 79  
*María Teresa La Porte*

7

Goya y el periodismo de mañana .....	95	LA FUNCIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN LA RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS CULTURA- LES Y RACIALES. LA CONTRIBUCIÓN DE ROBERT E. PARK .....	241
<i>Juan Pedro Quiñonero</i>		<i>María Rosa Berganza</i>	
OPINIÓN PÚBLICA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL CONFLICTO NUCLEAR INDO- PAKISTANÍ .....	99	LA CATÁSTROFE ECOLÓGICA DE AZNALCÓLLAR Y EL PERIODISMO EN LOS CON- FLICTOS AMBIENTALES .....	249
<i>Vicente Garrido Rebolledo</i>		<i>Miguel Montaña Moritaino</i>	
<b>LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ANTE EL CONFLICTO VASCO</b>			
LOS MEDIOS ANTE EL TERRORISMO DE ETA .....	111	Epílogo .....	261
<i>Florencio Domínguez</i>		<i>Violeta Chamorro</i>	
EL MINISTERIO DEL INTERIOR Y LOS CRITERIOS INFORMATIVOS SOBRE EL TERRORISMO ...	119		
<i>Cayetano González Hermosilla</i>			
COMUNICACIÓN Y CONFLICTO TERRORISTA: LA «SEGUNDA TRANSICIÓN» DE LOS MEDIOS .....	125		
<i>Teresa Sáadaba Garraza</i>			
CONFLICTOS POLÍTICOS, CONFLICTOS ELECTORALES Y SONDEOS .....	141		
<i>Alfonso Yara Miguel</i>			
LA POLÉMICA AUTONÓMICA VASCA Y NAVARRA EN LA PRENSA ESPAÑOLA DE LA TRANSICIÓN .....	149		
<i>Sylvia Pellicer, Jordi Rodríguez Virgili y José Javier Sánchez Aranda</i>			
<b>COMUNICACIÓN Y CRISIS EN EL MUNDO EMPRESARIAL</b>			
¿QUÉ ES LA COMUNICACIÓN DE CRISIS? .....	165		
<i>Carlos Sotelo Enriquez</i>			
EL PAPEL DE LOS ASESORES DE COMUNICACIÓN EN SITUACIONES DE CRISIS .....	187		
<i>Teresa Dorn</i>			
COMUNICACIÓN DE CRISIS EN EL SECTOR PETROQUÍMICO .....	195		
<i>José María García-Perrote</i>			
<b>EL PAPEL DE LOS MEDIOS EN OTROS CONFLICTOS DE LA SOCIEDAD ACTUAL</b>			
LA «BATALLA DIGITAL» ESPAÑOLA O LOS MEDIOS MEDIATIZADOS .....	207		
<i>Carlos Barrera</i>			

## PRÓLOGO

Roberto RODRIGUEZ ANDRÉS  
Teresa SÁDABA GARRAZA\*

La palabra conflicto nos trae a la mente enfrentamientos armados, ataques terroristas, golpes de estado. Pero, sin embargo, su naturaleza va mucho más allá. Hay conflictos bélicos, psicológicos, laborales, religiosos, deportivos... En cualquier ámbito pueden darse este tipo de situaciones. Y, en muchas de ellas, los medios de comunicación desempeñan un destacado protagonismo.

Durante años, se ha preconizado la necesidad de que los medios de comunicación sean espejos de la realidad. Espejos que muestren la vida tal cual es, sin tomar partido. Sin embargo, hoy día cuesta asumir que los medios sean meros transmisores asépticos de lo que ocurre a su alrededor. Con mucha frecuencia, observamos que los periodistas desempeñan un papel activo en la sociedad. Ya no son simples transmisores de datos, simples espejos, simples testigos. Ahora interpretan, valoran, analizan, dan su punto de vista y, muchas veces, intentan persuadir a sus audiencias.

En este nuevo marco en el que las barreras entre información y opinión tienden a hacerse cada vez más difusas, los medios juegan un papel trascendental. Y si nos referimos a situaciones conflictivas, este papel es aún mayor. Porque si admitimos que los medios tienen un papel activo en las situaciones conflictivas de las que informan, eso significa que esos medios pueden ayudar a resolver esos conflictos o, por el contrario, contribuir a que se prolonguen.

\* Roberto Rodríguez Andrés es Profesor de Comunicación Política y de Instituciones Jurídico-Políticas Contemporáneas en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra. Ha sido «Visiting Scholar» en el *Manchester Business School* (Gran Bretaña) y en la Escuela de Periodismo de la Universidad de Columbia (Nueva York). Como periodista, ha colaborado en *Onda Cero* y en los periódicos *La Rioja*, *Diario de Noticias* y *El Mundo*. Desde 1999 es jefe de gabinete de la Consejería de Educación, Cultura, Juventud y Deportes del Gobierno de La Rioja.

Teresa Sádaba Garraza, premio «Garcilaso» de Periodismo 1997, es Profesora de Comunicación Política en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra.

A través de los medios se puede sosegar a la población, buscar soluciones racionales a posibles situaciones de crisis, imponer el criterio y el diálogo. Pero, también a través de los medios, se puede incitar al odio y a la sed de venganza, se pueden encender los ánimos de la opinión pública, se puede mover a todo un país hacia la batalla contra el enemigo. Esto último ocurrió en 1898, cuando un periodista norteamericano, William Randolph Hearst, fue el principal artífice de la crisis de Cuba y del subsecuente conflicto armado que enfrentó a Estados Unidos y a España. Hearst mintió, inventó, tergiversó y manipuló a la opinión pública de su país, para crispar sus ánimos y provocar así la guerra. Su irrefrenable ansia de generar un conflicto con el que aumentar las ventas de su periódico es un buen ejemplo de cómo los medios de comunicación pueden contribuir a generar conflictos. Hearst no tenía guerra, pero quería tenerla. Por eso, cuando uno de sus enviados especiales en la zona le dijo que no compensaba seguir allí porque no había atisbos de conflicto, Hearst le respondió: «Tú sigue allí que yo pondré la guerra».

Sin embargo, parece asumido que éste no ha de ser el papel desempeñado por los medios de comunicación. Los medios, debido a su naturaleza de servicio público, deberían contribuir a buscar soluciones, diálogo, negociación, sin obedecer a intereses partidistas, desempeñando su tarea libremente y lejos de censuras e intentos de control propagandístico. Cuando aparecen estas circunstancias, los medios pueden contribuir, y además de forma decisiva, a la resolución de situaciones conflictivas.

Lo que ocurre es que los periodistas no pueden desempeñar muchas veces su labor en un ambiente de completa libertad, viéndose sometidos a presiones de todo tipo, desde amenazas de muerte a intentos de extorsión económica. Incluso en aquellos países que disfrutan de libertad de prensa, los periodistas cuentan con algún tipo de presión. El caso de los conflictos bélicos es un buen ejemplo de cómo los medios de países democráticos pueden ser también controlados por el poder y puestos a su servicio en el transcurso del conflicto. Algo así ocurrió durante la Guerra del Golfo. ¿Cómo contribuir a la resolución del conflicto cuando toda la información estaba filtrada por los mandos militares estadounidenses, cuando los periodistas no tenían acceso a la zona del conflicto, cuando no había forma de sobrepasar los límites de la información oficial? En estos casos, los medios se convierten, muchas veces sin saberlo, en meros instrumentos de guerra puestos al servicio del poder para controlar a la opinión pública. En situaciones bélicas de este tipo, resulta muy difícil pedir a los medios que contribuyan a solucionar el conflicto. Y si esto ocurre en los países democráticos, la situación se agrava aún más en aquellos donde el poder controla de forma absoluta la información. Recordemos el papel de la televisión serbia durante la intervención de la OTAN, televisión con-

trolada por el gobierno de Milosevic con intereses propagandísticos. En todos estos casos, el fin de los medios de comunicación no es servir a la verdad, al diálogo, a la conciliación, sino combatir en el bando de uno de los contendientes y lograr la victoria sobre el enemigo.

Pero dejando a un lado situaciones tan extremas como las del periodismo de guerra, parece evidente que en la resolución de situaciones conflictivas la responsabilidad del periodista es el elemento fundamental. El informador no puede dejarse llevar por la rutina. Debería ser consciente de que lo que él escribe o dice es un punto de referencia para miles de personas. Su información constituye el único contacto que la audiencia tiene con conflictos y situaciones que se viven a miles de kilómetros de distancia. Debería buscar la verdad y ser su fiel narrador. Pero esto no siempre es así, y el periodista, en vez de pensar en su trabajo como servicio público, lo toma a veces como un medio de enriquecimiento, o como un mero soporte para obtener fama y prestigio. Esto le lleva a descuidar su información, a creer que lo que importa no es la realidad sino buscar algo que impacte, que reporte sustanciosos aumentos en la audiencia de su medio. En definitiva, esta postura lleva al periodista a suscribir aquella célebre frase de tan dudosa moral, pero que tristemente está muy extendida en determinados ámbitos de la profesión: «no dejes que la realidad te estropee un buen reportaje».

Esto debió pensar un periodista italiano del diario *L'Espresso* que fue enviado al País Vasco para cubrir en exclusiva el acto de toma de posesión del nuevo lehendakari Juan José Ibarretxe. En su crónica, decía que el nuevo lehendakari había jurado su cargo en un antiguo cuartel de la Guardia Civil bombardeado por ETA años antes, y que el acto había sido amenizado por un «karateka» que, simbolizando el honor y el espíritu de lucha del pueblo vasco contra los terroristas, realizaba una exhibición de artes marciales. El presunto cuartel de la Guardia Civil siniestrado no era otra cosa que la Casa de Juntas de Guernika, el presunto «karateka» era en verdad un *dantzari* y la presunta exhibición de artes marciales no era más que el *aurresku*, saludo tradicional vasco.

No sabemos si el periodista mintió o si sus fuentes de información no fueron todo lo buenas que hubiera sido deseable. En cualquier caso, este periodista italiano hizo un flaco servicio a la audiencia de su diario. ¿Con cuánta frecuencia ocurren casos como éste? Nos gustaría pensar que manipulaciones de este tipo son la excepción. Pero no podemos olvidar que una de las críticas que con más frecuencia se lanzan contra los medios es su inexactitud, su falta de rigor, sus constantes equivocaciones, su sensacionalismo... En definitiva, se achaca a los medios que, ante la necesidad constante de noticias, se busque siempre lo más chocante, lo más sorprendente, lo más espectacular, olvidando muchas veces el contexto y la auténtica naturaleza de las situaciones

de las que informan. Esta suele ser la queja de muchos de los Estados del Tercer Mundo, que ven como los países desarrollados sólo se acuerdan de ellos cuando ocurren terribles desastres naturales y humanitarios, violentos golpes de estado y ataques terroristas, o espectaculares accidentes.

Lo conflictivo reporta audiencia, y más en una época de sensacionalismo y de tele-basura, en la que los medios se han lanzado a la búsqueda incesante de noticias de impacto. Estamos acostumbrados a que las programaciones de radio y televisión, y las páginas de nuestros periódicos y revistas, nos bombardeen con imágenes escalofriantes sobre campos de refugiados y niños hambrientos. Estas noticias se explotan durante unos días, y después desaparecen. No es que deje de haber conflicto, es que ya no interesa a los medios. Es entonces cuando los periodistas buscan nuevas situaciones con las que mantener el interés de la audiencia. Situaciones a veces normales, no alejadas de lo extraordinario, pero que los medios amplifican, haciendo así que entren en el terreno de lo noticiable.

Esto es lo que ha ocurrido con el célebre caso de los ataques de perros. Los manuales de periodismo han consagrado aquello de que no es noticia que un perro muera un hombre, sino que un hombre muera a un perro. Sin embargo, este célebre principio periodístico, enmarcado en letras de oro en la pared de muchas redacciones, pareció tambalearse a principios de 1999. Corría el mes de enero cuando un perro de raza dogo argentino mató a un niño de cuatro años en Mallorca. Los medios de comunicación relataron el suceso y empezaron a hacerse eco de otros ataques semejantes producidos en otros lugares de España. Los periódicos, las radios y las televisiones reflejaron día tras día casos de ataques de perros y, poco a poco, empezó a generarse alarma social. Varios ayuntamientos prohibieron que los perros pasearan por sus calles y sin bozal. Loyola de Palacio, entonces ministra de Agricultura, dijo en el Congreso que se iban a prohibir las razas peligrosas. Izquierda Unida solicitó al gobierno que pusiera en marcha una nueva ley en la que se equiparara el tener razas peligrosas de perros con la tenencia de armas. Mientras tanto, los medios seguían haciéndose eco de más ataques en todos los lugares de la geografía española.

¿Se había producido una ola inusitada de agresiones? Nada más lejos de la realidad. Como reconoció el Ministerio del Interior, cada año se producen en España más de 10.000 denuncias por este tipo de ataques. Antes, que un perro atacara a una persona no tenía incidencia en los medios. Pero al abrigo de la verdadera noticia (el fallecimiento del niño mallorquín), los medios centraron su interés en esos ataques y cada uno de ellos acabó siendo noticia. A partir del mes de marzo, poco a poco empezaron a dejarse de oír y leer noticias relacionadas con este asunto.

A la vista de todo lo expuesto, ¿contribuyen realmente los medios a resolver conflictos o, en su incesante búsqueda de lo extraordinario, los avivan aún más? En este libro se intentan ofrecer algunas claves para comprender cuál es el papel que los medios de comunicación pueden desempeñar en la resolución de situaciones de este tipo.

La introducción y el primer capítulo están destinados a profundizar en el concepto y la naturaleza de los conflictos, y en el rol ejercido por los medios en las sociedades democráticas. Escriben Francisco Gómez Antón, Profesor de Instituciones Jurídico-Políticas Contemporáneas de la Universidad de Navarra; Alejandro Navas García, Profesor de Sociología en la Universidad de Navarra; Ángel López García, Catedrático de Lingüística General de la Universidad de Valencia y XIII Premio Anagrama de Ensayo; Mía Doornaert, ex-Presidenta de la Federación Internacional de Periodistas; y Alejandro Llano, Catedrático de Metafísica de la Universidad Autónoma de Madrid y Profesor en la Universidad de Navarra.

Una vez sentada esta base teórica, los siguientes apartados están destinados a analizar determinados tipos de conflictos y el papel que los periodistas juegan en ellos. El segundo capítulo se dedica a los conflictos internacionales, quizá los más notorios por su repercusión mediática y social. En él aportan sus reflexiones María Teresa La Porte y Pedro Lozano Bartolozzi, Profesores de Relaciones Internacionales de la Universidad de Navarra; Juan Pedro Quiñero, escritor y periodista, corresponsal de *ABC* en París; y Vicente Garrido Rebolledo, Profesor de la Universidad Carlos III de Madrid. En este capítulo se hace referencia a los principales conflictos internacionales, especialmente de carácter bélico, que se han producido en el mundo desde la Segunda Guerra Mundial, pero se hará una mención especial a dos conflictos recientes: la intervención de la OTAN en Yugoslavia y el contendiente mantenido entre India y Pakistán a raíz de las pruebas nucleares llevadas a cabo por ambos países en los últimos años y, sobre todo, de su disputa por el territorio de Cachemira.

El tercer capítulo está dedicado a un conflicto que nos es más cercano: la situación en Euskadi. Desde los últimos años del régimen franquista, el País Vasco ha convivido con la constante amenaza del terrorismo. Desde que ETA anunció el cese de sus acciones armadas, la sociedad vasca ha iniciado un nuevo proceso de esperanza en el que se puede aluzbrar el fin de la violencia. El Periodista Florencio Domínguez, experto conocedor del entorno de ETA y de la lucha antiterrorista, cuestiona sobre las que ha escrito varios libros; el director de Comunicación y Relaciones Públicas del Ministerio del Interior y anteriormente redactor jefe de la agencia de noticias *Vasco Press*, Cayetano González Hermosilla; y la Profesora María Teresa Sádaba Garraza ofrecen

aquí su visión sobre el papel de los medios en relación con el terrorismo en el País Vasco. Pero no sólo nos centraremos en temas relacionados con la actividad terrorista. También en este capítulo, el Profesor Alfonso Vara Miguel describe la aportación de las encuestas en los conflictos electorales, centrándose en los comicios autonómicos celebrados en el País Vasco en el año 1998; y el equipo de investigación formado por José Javier Sánchez Aranda, Jordi Rodríguez Virgili y Silvia Pellicer analiza algunas cuestiones acerca de la polémica autonómica vasca y navarra en la prensa española de la Transición.

El cuarto capítulo se aproxima al mundo empresarial y al prolífico campo de la comunicación en situaciones de crisis. Y es que las empresas también se han tenido que acostumbrar a convivir con los conflictos y, por supuesto, con todos aquellos periodistas que, en busca incesante de noticias, intentan informar acerca de ellos. Un accidente en una central nuclear, un incendio en una planta petroquímica, el derrame de miles de litros de petróleo en el mar son situaciones críticas que observamos en los medios de comunicación. Un incidente de estas características es cubierto por los medios, y las empresas tienen que estar preparadas para poder solventar la situación antes de que las consecuencias del incidente acaben con su prestigio. Por este motivo, el contar con un equipo de comunicación eficaz supone hoy día un requisito indispensable para cualquier empresa. Hay que estar constantemente preparados para la posible aparición de situaciones conflictivas, y no sólo en los sectores considerados de riesgo, como el petroquímico o el nuclear. Hay otros muchos ejemplos de sectores aparentemente más tranquilos que han tenido que solventar crisis. Es el caso del sector bancario. Un buen día, un atracador roba en un banco una elevada cantidad de dinero. Si la entidad no prepara con rapidez una eficaz campaña de comunicación para tranquilizar a sus clientes, puede que éstos, alarmados por la aparente falta de seguridad de su banco, decidan retirar el dinero. Una empresa de alimentación puede verse amenazada un día por un psicópata que exige cientos de millones de pesetas porque, de no entregárselos, promete envenenar los productos de esa empresa en los supermercados. Una compañía aérea tiene que llevar a cabo una intensa labor de comunicación después de cada accidente para evitar que el suceso desprestigie a la compañía y haga dudar de la falta de seguridad de sus aviones. Un hospital se ve afectado por un brote de virus que acaba con la vida de varias personas, y si no se es rápido y se ofrece una respuesta a la opinión pública, diciendo que se ha atajado el problema, es muy probable que ningún paciente tenga la valentía suficiente como para visitar ese hospital.

Indudablemente, las crisis no siempre están relacionadas con sucesos tan drásticos como los expuestos. Una reconversión laboral, con despidos y jubilaciones, también es una situación conflictiva que puede dañar el prestigio

de una compañía. Y también un rumor sobre posibles fusiones, una bajada en la cotización en bolsa, el ataque de compañías de la competencia, la oposición de grupos de interés... La imagen de las empresas y, consecuentemente, su prestigio y solidez económica, depende muchas veces de cómo se resuelvan estas situaciones de crisis de cara a la opinión pública. La comunicación, como se verá en el cuarto capítulo, ha pasado a ser una parte más de la política de empresa. De todo ello tratarán el Profesor Carlos Sotelo, experto en comunicación institucional; Teresa Dom, Consejera de Burson Marsteller; y José María García-Perrote, Subdirector de Relaciones con los Medios de Repsol.

El último capítulo está dedicado a otra serie de conflictos en los que los medios de comunicación juegan un papel destacado. En primer lugar, el Profesor Carlos Barrera analiza el conflicto que se da entre los propios medios, poniendo como ejemplo la conocida batalla en torno a las plataformas digitales. El Periodista Miguel Montañó, de Canal Sur, nos ofrece una visión del desastre de Doñana y del papel que pueden desempeñar los medios en los conflictos medioambientales. Por último, la Profesora Rosa Berganza nos habla del papel de los medios en los conflictos étnicos y culturales, partiendo de las aportaciones del sociólogo Robert Park.

Muchas de las reflexiones que dan pie a este libro surgieron durante el transcurso de las XIII Jornadas Internacionales de la Comunicación, organizadas por la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra, y celebradas en Pamplona los días 5 y 6 de noviembre de 1998. De los debates, coloquios y mesas redondas surgió la iniciativa de dejar por escrito cuanto durante esos dos días se discutió.

Y para concluir este prólogo, querríamos dejar constancia de nuestro agradecimiento a todos aquellos que trabajaron con nosotros en la organización de las Jornadas y a todos los que nos han ayudado en la edición de este libro. A los profesores y alumnos de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra; a las instituciones, públicas y privadas, que contribuyeron a la financiación del acto; y a todos los académicos y periodistas que participaron en los debates. De forma especial, vaya aquí también nuestro agradecimiento a los Profesores Álvaro de la Rica Aranguren, María José Canel Crespo y Antonio Martínez Illán, por los buenos y no tan buenos momentos (nunca fueron malos) vividos a lo largo de tres años de colaboración en el equipo directivo de Jornadas.

Esta lista de agradecimientos debe cerrarse con una mención especial a doña Violeta Chamorro, ex-Presidenta de Nicaragua, que acudió a Pamplona durante la celebración de las Jornadas para recoger el II Premio Brajnovic de la Comunicación que anualmente otorga la Facultad de Comunicación de la



Universidad de Navarra. Su visita se produjo poco después de que el huracán Mitch arrasara gran parte de su país. En su discurso de recepción del premio nos habló de solidaridad, de entrega, de esperanza. Y de gratitud hacia el pueblo español por toda la ayuda prestada a los países afectados durante esos terribles días. Sus palabras sobre la conflictiva situación que se vive en Sudamérica ponen el punto final a este libro.

Francisco GÓMEZ ANTÓN<sup>1</sup>

## INTRODUCCIÓN

«Conflicto» es un término con connotaciones inquietantes: sugiere enfrentamiento, división, pelea, lucha, desazón. Por eso, despierta de modo natural rechazo y, consiguientemente, el deseo de evitarlo si se puede o, si no, el de resolverlo cuanto antes.

Todo conflicto es fruto de la confrontación —interna o externa— de ideas, tendencias o pretensiones contrapuestas y, real o aparentemente, inconciliables.

Ciertamente, los conflictos pueden evitarse, resolverse sin gran dificultad o, al menos, aliviarse, si la actitud de todas las partes implicadas es conciliadora. Y desde luego, como reza el dicho popular, «dos no riñen si uno no quiere».

Pero los conflictos no son siempre y por principio rechazables. Más aún: en ocasiones, la moral exige no evitarlos, sino afrontarlos con firmeza; no dejarse tentar por el señuelo comodón del doblegamiento silencioso, sino rebelarse y defender sin ambages la propia posición. Y además, las crisis despiertan muchas veces el ingenio que alumbraba soluciones novedosas.

1. Francisco Gómez Antón es Profesor Ordinario de Instituciones Jurídico-Políticas Contemporáneas de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra. Presidente de la sociedad «Innovación Periodística, *Media Consulting Group*», con sede en Pamplona y Detroit. Doctor «honoris causa» de la Universidad de San Martín (Lima), profesor visitante de la Universidad de Stanford, en California, y miembro de la *International Newspaper Marketing Association* y de la Federación Internacional de Editores de Diarios. Formó parte del equipo redactor de la Ley General de Educación de 1970 y, por designación regia, del primer patronato de la CENIDE (Centro Nacional de Investigaciones para el Desarrollo de la Educación).